



#Leasing





Leasing bietet Lösungen für die aktuellen Herausforderungen.

Erhöhtes Innovationstempo, steigende Komplexität, notwendige Maßnahmen zur Energieeffizienz, Elektromobilität oder die Digitalisierung ziehen enorme Investitionen nach sich. Diese kann die Leasing-Wirtschaft realisieren.

Kai Ostermann, Präsident des BDL

EDITORIAL

Partner des Mittelstandes und Investitionsmotor der deutschen Wirtschaft



Kai Ostermann
Präsident des BDL

Fahrzeuge, Bau- und Landmaschinen, Druck- oder Werkzeugmaschinen, IT-Equipment, Software, Medizintechnik, Energieanlagen, Immobilien – die Leasing-Wirtschaft realisiert für ihre Kunden jährlich Investitionen in Höhe von rund 75 Milliarden Euro. Für Unternehmen ist Leasing häufig die erste Wahl, wenn sie ihre Investitionen nicht über Eigen-, sondern Fremdmittel finanzieren. Entsprechend liegt der Leasing-Anteil an den außenfinanzierten Investitionen seit Jahren bei über 50 Prozent. Leasing dominiert somit alle Finanzierungsformen und stellt einen unverzichtbaren Grundpfeiler der Unternehmensfinanzierung sowie eine wesentliche Stütze des deutschen Wirtschaftsmodells dar.

Vom Mittelstand für den Mittelstand

Seit fast 60 Jahren unterstützen Leasing-Gesellschaften verlässlich und berechenbar den Absatz und die Investitionen ihrer Partner und Kunden aus der Wirtschaft – vor allem aus dem Mittelstand. Rund 90 Prozent der Leasing-Nutzer sind mittelständische Unternehmen, gleichzeitig ist die Branche selbst stark mittelständisch geprägt und spiegelt damit die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. In ihrer Struktur ist die Leasing-Wirtschaft in Deutschland damit genauso einzigartig wie der im Ausland mit Respekt betrachtete „German Mittelstand“. Dies ermöglicht es, Unternehmen auf Augenhöhe zu beraten und ihre Investitionen zu begleiten. Als Mittelstand für den Mittelstand!

Leasing als Bindeglied

Um ihrer Rolle als Partner des Mittelstandes und Investitionsmotor der deutschen Wirtschaft gerecht werden zu können, benötigen Leasing-Unternehmen verlässliche Rahmenbedingungen. Die Branche versteht sich als Bindeglied zwischen Real- und Finanzwirtschaft. Leasing-Gesellschaften sind keine Banken, sie sind kleiner, weniger komplex und tragen ein deutlich geringeres Risiko. Daher sollte die Leasing-Wirtschaft nicht nach Bankenstandards reguliert werden. Der BDL setzt sich für Proportionalität und mehr Differenzierung möglichst im Rahmen eines eigenen, angemessenen Regimes ein.

Leasing und Nachhaltigkeit

Der Leasing-Markt wächst kontinuierlich, denn unser Geschäftsmodell bietet für viele aktuelle Herausforderungen passende Lösungen. Erhöhtes Innovationstempo, steigende Komplexität, notwendige Maßnahmen zur Energieeffizienz, für Elektromobilität oder die Digitalisierung ziehen enorme Investitionen nach sich. Laut EU-Kommission müssen bis 2030 europaweit jährlich zusätzlich 260 Milliarden Euro investiert werden, um die Energie- und Klimaziele der EU zu erreichen. Die Leasing-Wirtschaft wird den Wandel zu einer nachhaltigen Wirtschaft in Deutschland aktiv mitgestalten und einen großen Teil dieser Investitionen in energieeffiziente und umweltfreundlichere Technologien umsetzen. Unternehmensbefragungen bestätigen, dass Leasing für die Realisierung solcher Investitionen die erste Wahl ist.

Leasing und Kreislaufwirtschaft

Zudem kann Leasing eine Schlüsselrolle für die Kreislaufwirtschaft übernehmen. Da Hersteller oder Leasing-Gesellschaft das Wirtschaftsgut nach der vereinbarten Nutzungsdauer zurücknehmen, haben sie ein viel größeres Interesse daran, dass das Objekt eine möglichst lange Lebensdauer hat, reparaturfähig ist und wiederverwendet werden kann. Nach Ablauf des Leasing-Vertrags nutzt mindestens ein weiteres Unternehmen das Objekt. Da Leasing-Gesellschaften Objektexperten sind und über das Know-how der Märkte verfügen, wissen sie, wer und in welchem Umfang Interesse an gebrauchten Fahrzeugen, Maschinen oder IT-Ausstattung hat. Diese Mehrfachnutzung wirkt sich ebenfalls positiv auf die Ökobilanz aus.



Dr. Claudia Conen
Hauptgeschäftsführerin des BDL

Neue Nutzungsmodelle

Die Expertise der Leasing-Gesellschaften ist einzigartig in der Finanzierungslandschaft. Dieses Know-how ermöglicht es, auch für Geschäftsmodelle, die im Zuge der Digitalisierung entstehen, neue Finanzierungs-, Nutzungs- und Servicemodelle zu entwickeln. Durch das Zusammenwirken von Big Data und Branchenstärken wie Kundennähe, Markt- und Objektexpertise verschafft Leasing den Unternehmen echte Mehrwerte.

Auch die Grundidee des Leasing passt in das digitale Zeitalter, das durch Sharing-Konzepte wie zum Beispiel Cloud-Lösungen geprägt ist. In beiden Fällen gilt: Der Nutzen zählt, weniger das Eigentum.

**Größter Investor
Deutschlands**

75 Mrd.

Euro beträgt das
jährliche Neugeschäft

220 Mrd.

Euro sind derzeit
im Einsatz

**Freiräume
durch ergänzende
Services**

Wartung und technischer
Kundenservice schonen
Ressourcen des Kunden

Investitionsmotor für Unternehmen

Unternehmen nutzen Leasing verstärkt in unsicheren Zeiten

**Treiber
der Nachhaltigkeit und
Kreislaufwirtschaft**

**Spezialist
der Güter
und
Märkte**

**Vom
Mittelstand
für den
Mittelstand**

- Leasing-Wirtschaft ist mittelständisch geprägt
- 350 Unternehmen spiegeln die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider
- Drei von vier Mittelständlern nutzen regelmäßig Leasing

Enabler der Digitalisierung

- Die Expertise der Leasing-Unternehmen ermöglicht die Einführung und Verbreitung von Innovationen in den Märkten
- Im Zusammenspiel von Leasing mit Big Data entstehen neue nutzungsabhängige Finanzierungsmodelle und Services

Verlässlicher Partner der Wirtschaft

Leasing unterstützt den Absatz und die Investitionen seiner Partner und Kunden aus der Wirtschaft seit rund 60 Jahren

Realisierung von über 50 Prozent der außenfinanzierten Investitionen

Bindeglied zwischen Finanz- und Realwirtschaft

Leasing und Leasing- Wirtschaft

Lösungen für aktuelle Herausforderungen

Leasing ist nicht mehr aus dem Wirtschaftsalltag wegzudenken. Über die Hälfte aller außenfinanzierten Investitionen werden mittels Leasing realisiert. Im Mittelstand ist Leasing fest verwurzelt und dominiert als Investitionsform. Schlüsselfaktoren für den Erfolg sind das Markt-Know-how der Leasing-Experten und ihre Expertise der verleasteen Wirtschaftsgüter, die mittelständische Prägung der Branche, Nachhaltigkeit sowie die Nähe zur Realwirtschaft. Mit diesen Eigenschaften können Leasing-Gesellschaften für alle aktuellen Herausforderungen unserer Zeit passende Investitionslösungen anbieten.

MITTELSTAND, EXPERTISE, UND NACHHALTIGKEIT

DIE NÄHE ZUR REALWIRTSCHAFT PRÄGT DIE LEASING-WIRTSCHAFT



Ein Viertel der gesamtwirtschaftlichen Ausrüstungs-
investitionen wird mittels Leasing angeschafft.

Ob Technikerwagen oder Reisebus, Müllwagen eines Entsorgungsunternehmens, Gabelstapler, Lkw, Kopierer und Computeranlagen, Bau-, Druck- oder Werkzeugmaschinen, Zahnarztstuhl oder Röntgenapparate, Autowaschstraßen, Fitnessgeräte oder die Photovoltaikanlage auf dem Kuhstall – täglich sind unzählige Leasing-Güter im Einsatz.

Dank innovativer Produktentwicklungen gibt es kaum ein Wirtschaftsgut, das sich nicht per Leasing anschaffen lässt oder angeschafft wird. Neben den klassischen Ausrüstungsgütern und Immobilien sind Leasing-Lösungen auch für immaterielle Güter wie Software, Marken und Patente verfügbar. Innovative Service-Elemente erleichtern den Leasing-Kunden die Nutzung ihrer Fahrzeuge, Maschinen oder IT-Systeme über den kompletten Lebenszyklus. Es überrascht daher nicht, dass in Deutschland aktuell Wirtschaftsgüter im Wert von mehr als 220 Milliarden Euro verleast sind.

Leasing ist längst nicht mehr aus dem Wirtschaftsalltag wegzudenken, über die Hälfte aller nicht aus Eigenmitteln finanzierten Investitionen werden mittels Leasing



In den Leasing-Gesellschaften arbeiten neben Finanzierungsspezialisten auch Ingenieure verschiedener Fachrichtungen.

verwirklicht. Der Leasing-Anteil an allen gesamtwirtschaftlichen Ausrüstungsinvestitionen, die Leasing-Mobilienquote, beträgt rund ein Viertel. Jährlich realisiert die Leasing-Wirtschaft Investitionen in Höhe von ca. 75 Milliarden Euro für ihre Kunden. Die Zahlen sprechen für sich und die Bedeutung der Leasing-Branche für die deutsche Volkswirtschaft ist genauso unumstritten wie ihre fest verwurzelte Partnerschaft mit dem Mittelstand.

Leasing-DNA

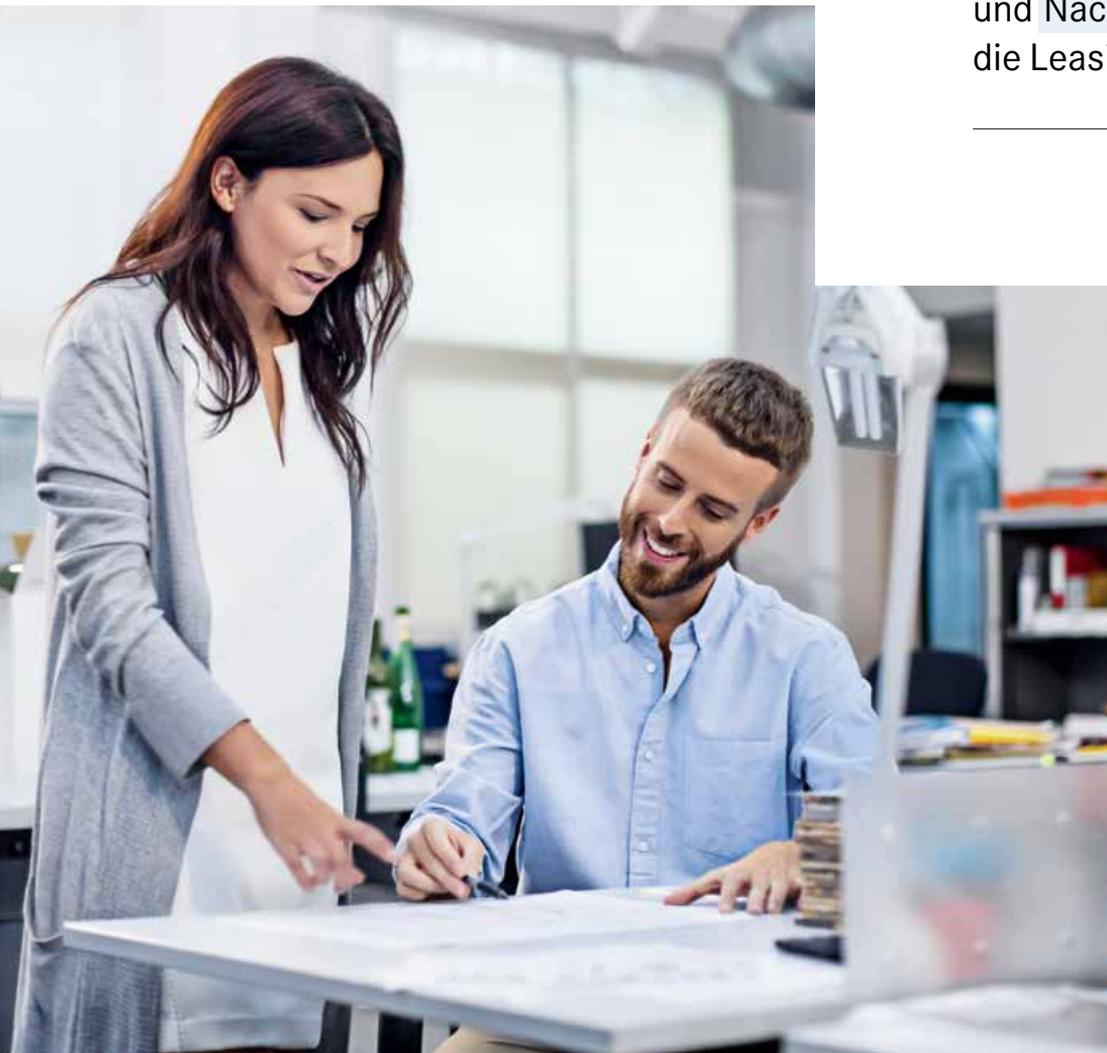
Was sind nun die Erfolgsfaktoren dieser Branche, die sich vor über einem halben Jahrhundert in Deutschland etablierte und einen unvergleichlichen Siegeszug vollzogen hat? Es sind Expertise, Mittelstand, Nachhaltigkeit und die Nähe zur Realwirtschaft, die die DNA der

Leasing-Wirtschaft bilden. Leasing ist das Geschäft mit Investitionen. Als professionelle Investoren verfügen die Leasing-Gesellschaften über eine spezifische Branchen- und Marktkenntnis. Die Rückkopplung mit Kunden und Herstellern verschafft ihnen ein gutes Gespür für Markttrends. So können Leasing-Unternehmen schnell und flexibel reagieren. Sie kennen die Maschinen, Produktionsanlagen, Fahrzeuge, das IT-Equipment und die anderen Wirtschaftsgüter, die sie verleasen, ganz genau. Denn um den Wertverlauf eines Objekts zu berechnen oder Verwertungskonzepte zu erarbeiten, sind Fachleute für Investitionsgüter und Märkte gefragt – auch um eine partnerschaftliche Beratung der Kunden zu garantieren. In Leasing-Gesellschaften arbeiten daher Ingenieure verschiedener Fachrichtungen, Kfz-Meister, Techniker, Facility-Manager, Architekten, Mediziner etc. im Team mit Finanzierungsexperten zusammen. Andere Finanzierer verfügen über dieses Know-how nicht. Dieses Wissen ermöglicht es zudem, den Kunden über die bestmögliche

Nutzung des Wirtschaftsguts zu informieren, optimale Finanzierungsmodelle zu entwickeln und ergänzende Services anzubieten.

Ihre Expertise befähigt die Leasing-Unternehmen, innovative Produkte oder Investitionen in neue Märkte auch dann zu realisieren, wenn sich Kreditinstitute zurückhaltend zeigen. Dies führte letztlich dazu, dass neue Technologien maßgeblich über Leasing in den Märkten eingeführt und verbreitet werden konnten. Beispiele aus der Vergangenheit sind Großcomputer, Kopier- und Druckmaschinen oder Großgeräte der Medizintechnik. Auch in Zukunft werden „Leasing-Gesellschaften wieder einmal gefragte Experten bei der Markteinführung neuer Produkte sein, die im Gefolge knapper und teurer Energieressourcen in großer Zahl geordert werden“, schätzt Leasing-Experte Arno Städtler, langjähriger Mitarbeiter des ifo Institut für Wirtschaftsforschung.

Leasing ist das Geschäft mit Investitionen. Als professionelle Investoren verfügen Leasing-Gesellschaften über eine spezifische Branchen- und Marktkenntnis. Neben dieser Expertise machen Mittelstand, die Nähe zur Realwirtschaft und Nachhaltigkeit die Leasing-DNA aus.



Aufgrund ihrer Expertise können Leasing-Gesellschaften ihre Kunden auf Augenhöhe beraten.

„Aufgrund des ausgeprägten Know-hows über die Wirtschaftsgüter und der Tatsache, dass Leasing-Gesellschaften schon qua Geschäftsmodell Eigentümer des verleasteen Objekts bleiben, verstehen wir uns als Teil der Realwirtschaft“, führt BDL-Hauptgeschäftsführerin Dr. Claudia Conen einen zweiten Erfolgsfaktor und ein weiteres Unterscheidungsmerkmal zu klassischen Finanzierungsinstrumenten auf.

Leasing dominiert im Mittelstand

Weiterer Erfolgsfaktor ist die mittelständische Prägung der Leasing-Wirtschaft und die Partnerschaft mit dem Mittelstand. Leasing genießt eine hohe Anziehungskraft im Mittelstand: Vier von fünf Unternehmen ziehen Leasing regelmäßig für ihre Investitionspläne in Betracht. Gut 90 Prozent der rund 1,8 Millionen Leasing-Verträge werden pro Jahr mit mittelständischen Kunden geschlossen.

Nicht nur die Kunden stammen im Schwerpunkt aus dem Mittelstand. Auch die Leasing-Branche selbst ist mittelständisch geprägt und spiegelt in ihrer Struktur die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. „Als Mittelstand für den Mittelstand – dies ist ein ganz wichtiger Treiber unseres Erfolgs“, erläutert die BDL-Hauptgeschäftsführerin. So können die Kunden auf eine Beratung auf Augenhöhe vertrauen. Wir wissen, was es heißt, ein mittelständisches Unternehmen zu führen.

Vielfältige Argumente für Leasing

Neben einer professionellen Beratung überzeugt Leasing die Finanzentscheider in den Unternehmen mit einer Reihe von Vorteilen: Die Planbarkeit durch Leasing und die Liquiditätsschonung sind häufig genannte Argumente. Werden zusätzlich zum Fahrzeug, zur Maschine oder der IT-Ausstattung noch Servicekomponenten wie Wartung, Reparatur, Versicherung oder Full-Service-Pakete vereinbart, sind Kosten noch besser planbar. Daher ist es ein anhaltender Trend, Dienstleistungen ergänzend zum Leasing-Vertrag zu buchen.

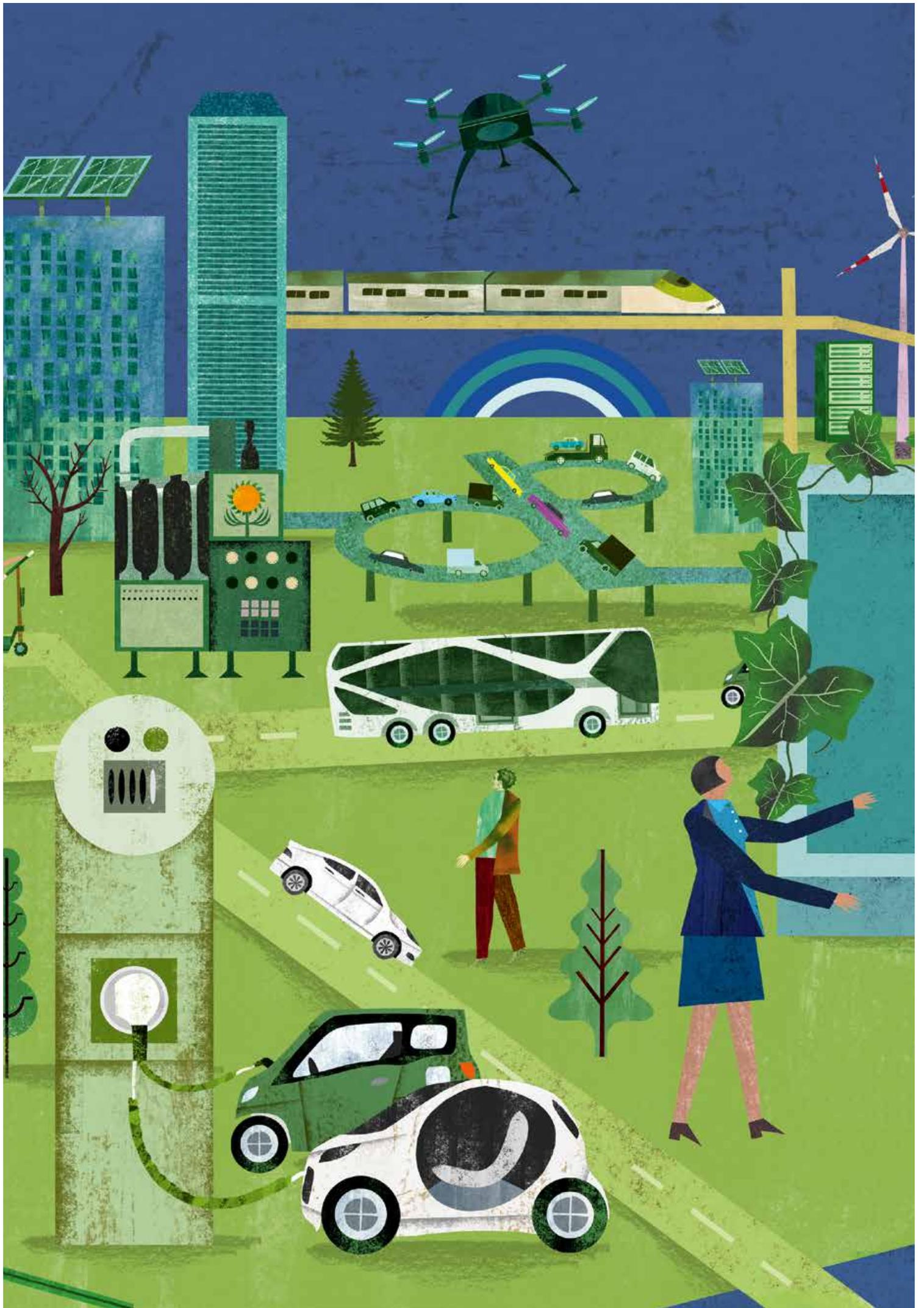
Laut einer aktuellen Marktstudie schätzen Leasing-Kunden besonders die Leasing-Grundidee „Nutzen statt Eigentum“. Denn das Argument der Rückgabe des Leasing-Objekts führt die Leasing-Motive an: Nach Ablauf der Leasing-Vertragsdauer wird das genutzte Wirt-



Leasing ist eine wesentliche Säule der Unternehmensfinanzierung und u.a. im Maschinen- und Anlagenbau fest verwurzelt.

schaftsgut zurückgegeben oder kann gegen ein neues ausgetauscht werden. Für Mittelständler ist die Rückgabemöglichkeit interessant, wenn in neue, moderne Anlagen investiert wird, oder wenn es darum geht, stets auf dem neuesten technischen Stand zu sein und Computer, Fahrzeuge, Maschinen oder Medizintechnik nach nur kurzer Zeit auszutauschen. Das Argument kommt zum Beispiel beim Fahrzeugleasing, dem größten Segment der Branche, zum Tragen: Kein Unternehmer möchte seinen Firmenwagen selbst auf dem Gebrauchtwagenmarkt verkaufen. Dafür fehlen Zeit und Expertise. Stattdessen gibt der Kunde das Fahrzeug nach durchschnittlich drei Jahren der Leasing-Gesellschaft zurück oder tauscht es gegen ein neueres Modell aus. So sorgt er auch dafür, stets die modernsten und umweltfreundlichsten Fahrzeugmodelle im Fuhrpark zu haben.

Beim IT-Leasing arbeiten Leasing-Gesellschaften die nach der Leasing-Zeit zurückgegebene Hardware auf. Gebrauchte IT-Geräte werden verkauft und weiter verwendet statt auf dem Schrottplatz zu enden. Ein Computer oder Laptop geht so im Laufe seines Lebens durch mehrere Hände, bevor er endgültig verschrottet wird. Dies spart wertvolle Ressourcen. ■



LEASING BIETET LÖSUNGEN FÜR DIE AKTUELLEN HERAUSFORDERUNGEN DER WIRTSCHAFT

**DIE LEASING-BRANCHE IST TREIBER
FÜR INVESTITIONEN IN DIGITALISIERUNG,
ELEKTROMOBILITÄT SOWIE
UMWELTFREUNDLICHERE UND
INNOVATIVE TECHNOLOGIEN**

Investitionen in Innovationen beflügeln die deutsche Wirtschaft. Sie sorgen für Wachstum, Beschäftigung, somit auch für Wohlstand und erhalten die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschlands. Innovative Technologien werden seit Jahrzehnten mithilfe der Leasing-Wirtschaft in Märkte eingeführt und verbreitet. Auch heute sind die Leasing-Unternehmen gefragte Experten bei der Umsetzung der Energiewende, bei Investitionen in umweltfreundlichere Technik, in Elektromobilität oder in den digitalen Wandel. Zudem kann Leasing eine Schlüsselrolle für die Kreislaufwirtschaft übernehmen.

„Leasing ist attraktiver denn je. Denn Leasing bietet Unternehmen passende Antworten für die Herausforderungen der heutigen Zeit mit ihrem beschleunigten Innovationstempo, der Digitalisierung oder der Sharing Economy mit serviceorientierten Ansätzen“, erläutert BDL-Präsident Kai Ostermann. Die Grundidee des Leasing passt in das digitale Zeitalter, das von Cloud-Lösungen geprägt ist. In beiden Fällen gilt: Der Nutzen zählt, weniger das Eigentum.

Leasing befördert Elektromobilität

Wie Leasing die Einführung und Verbreitung neuer Technologien in die Märkte befördert, zeigt sich u. a. bei der Elektromobilität. Ob es Elektrotransporter, alternativ angetriebene Nutzfahrzeuge, Elektroautos oder E-Bikes sind – der Löwenanteil dieser Fahrzeuge wird mittels Leasing finanziert. Und auch Ridesharing-Anbieter, eine Kombination aus Fahrgemeinschafts- und Chauffeurservice, leasen die Elektrofahrzeuge für ihre Unternehmen. Noch ist der Anteil an Elektrofahrzeugen auf Deutschlands Straßen überschaubar, doch die Nachfrage wird weiter steigen: Bei Unternehmen zeichnet sich eine neue Entwicklung ab, die zum gesellschaftlichen Umdenken in Sachen Nachhaltigkeit passt. Beispielsweise leasen immer mehr Firmen E-Bikes für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Vorteile der Diensträder liegen auf der Hand: Für Dienstfahrten und Arbeitswege in einem über-

schaubaren Radius ist das Bike ideal. Es passt zu einem nachhaltigen Mobilitätskonzept und unterstützt gleichzeitig ein innovatives und umweltbewusstes Außenbild.

Leasing ermöglicht Investitionen in umweltfreundlichere Technik

Dabei ist Elektromobilität nur ein Baustein in der Umgestaltung der Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit. Laut EU-Kommission müssen bis 2030 europaweit jährlich zusätzlich 260 Milliarden Euro investiert werden, um die Energie- und Klimaziele der EU zu erreichen. „Die Leasing-Wirtschaft wird diesen Wandel in Deutschland aktiv mitgestalten und einen großen Teil dieser Investitionen in moderne, energieeffiziente und umweltfreundlichere Technologien realisieren“, versichert der BDL-Präsident. Es geht dabei nicht nur um Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien, obwohl auch diese mittels Leasing finanziert werden können. Gefordert sind emissionsärmere Produktionsmaschinen, energieeffiziente Anlagen, die Elektrifizierung des Straßenverkehrs und die grundsätzliche Ressourcenschonung durch Kreislaufwirtschaft. Marktbefragungen zeigen, dass Unternehmen in Deutschland verstärkt Investitionen in umweltfreundlichere Technik planen und dafür Leasing einsetzen. Die Leasing-Wirtschaft wird die Unternehmen unterstützen und ihnen den schnellen Wechsel zu Zukunftstechnologien ermöglichen.

Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien – wie Photovoltaik – können geleast werden.





Immer mehr Firmen leasen E-Bikes für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Leasing hat das Potenzial zu einer nachhaltigen Wirtschaft beizutragen, denn das Geschäftsmodell kann eine Schlüsselrolle für die Kreislaufwirtschaft übernehmen.

Leasing und Kreislaufwirtschaft

Leasing-Gesellschaften können aber nicht nur innovative Technologien finanzieren, vielmehr kann das Geschäftsmodell eine Schlüsselrolle für die Kreislaufwirtschaft übernehmen. Wie das geht, hat Daniel Ziegerer, Geschäftsführer von sanu durabilitas – der Schweizerischen Stiftung für Nachhaltige Entwicklung, untersucht. „Traditionell wird ein Produkt dem Konsumenten im Rahmen eines Kaufvertrags zum Eigentum übertragen. Dieser kann dann frei darüber entscheiden, wie bzw. wie lange er es nutzt und ob er es anschließend als Abfall entsorgt. Wird der Erwerb von Eigentum jedoch durch den Erwerb von Nutzungsrechten ersetzt, verändert sich die Interessenslage zugunsten der Ökologie und Nachhaltigkeit“, führt Ziegerer aus. „Da der Hersteller oder Lieferant das Produkt in diesem Fall nach der vereinbarten Nutzungsdauer zurücknimmt, hat er ein viel größeres Interesse daran, sein Produkt so zu entwerfen, dass es eine möglichst lange Lebensdauer hat, reparaturfähig ist und wiederverwendet werden kann. Wird das Produkt danach durch einen weiteren Konsumenten genutzt, wirkt sich dies ebenfalls positiv auf die Ökobilanz aus.“ Ziegerer kommt daher zu dem Schluss: „Unter den richtigen Rahmenbedingungen hat Leasing das Potenzial, in verschiedener Hinsicht zu einer nachhaltigen Wirtschaft beizutragen.“

Kreislaufwirtschaft am Beispiel IT-Leasing

Ein anschauliches Beispiel dafür ist das IT-Leasing. Nicht selten landen gekaufte Computer und Laptops am Ende ihrer Nutzung auf dem Schrottplatz, obwohl sie nach entsprechender Aufbereitung noch mehrere Jahre hätten verwendet werden können. Leasing-Gesellschaften dagegen arbeiten die nach der Leasing-Zeit zurückgegebene, gebrauchte Hardware wieder auf, das sogenannte Refurbishment. Zertifizierte Lösungsverfahren schaffen dabei die Voraussetzung, gebrauchte IT-Geräte auf dem Zweitmarkt verwerten zu können. Und dies funktioniert nicht nur bei PC und Laptop. Da Leasing-Gesellschaften Objektexperten sind und über das Know-how der Märkte verfügen, wissen sie, wer Interesse an gebrauchten Geräten hat. Denn immer kürzere Produktzyklen durch ein beschleunigtes Innovationstempo führen dazu, dass Unternehmen auch ihre Maschinen und Anlagen regelmäßig gegen neuere Modelle austauschen. Andere Unternehmen nutzen die gebrauchten und voll funktionsfähigen Ausrüstungsgüter zu erschwinglicheren Preisen. Leasing bringt beide Bedürfnisse zusammen und wird zu einem Instrument für verantwortungsvolleres Wirtschaften.

Die Leasing-Wirtschaft ist prädestiniert, Investitionen ihrer Kunden in die Digitalisierung zu realisieren. Marktstudien zeigen, dass für Unternehmen in Deutschland Leasing nach dem Cashflow die beliebteste Finanzierungsart für digitale Projekte ist.

Digitaler Wandel bedeutet enorme Investitionen

Der digitale Wandel gehört neben der Nachhaltigkeit zu den großen Herausforderungen vor allem des Mittelstandes in Deutschland. Technisch auf dem neuesten Stand zu bleiben, zieht enorme Investitionen nach sich. Sie zu stemmen, die Produktivität zu erhöhen und die Effizienz zu steigern sowie eine maximale Flexibilität zu erhalten, gehört zu den zentralen Aufgaben von Unternehmenskern.

Die klassischen Finanzierungsinstrumente tun sich hierbei oft schwer. Denn der Investitionsbegriff befindet sich im Wandel: Es geht nicht mehr ausschließlich um den Maschinenbauer, der eine moderne Anlage finanzieren will. Verstärkt sind Unternehmensprozesse im Fokus, immaterielle Werte wie Software und Patente gewinnen an Bedeutung. „Die Leasing-Wirtschaft ist prädestiniert, Investitionen ihrer Kunden in die Digitalisierung zu realisieren“, erklärt BDL-Hauptgeschäftsführerin Dr. Claudia Conen und nimmt Bezug auf die Expertise in den



Durch die Datenanalyse können neue Services oder Finanzierungsmodelle angeboten werden.

Leasing-Unternehmen: Die Experten können diese Prozesse bewerten und flexible, passende Finanzierungs-lösungen konzipieren.

Big Data als Treiber für Leasing-Modelle

Dabei wirkt die Digitalisierung selbst als Treiber für neue Leasing-Modelle. Vernetzte Maschinen, die mit dem Nutzer oder untereinander kommunizieren, liefern eine Fülle zusätzlicher Daten. Durch die Analyse dieser Daten können neue Services angeboten werden oder nutzungsabhängige Finanzierungen wie Pay-per-Use-Modelle. „So kann Leasing in Verbindung mit Digitalisierung den Unternehmen einen echten Mehrwert bieten“, führt Dr. Conen aus.

Pay-per-Use

Bei Pay-per-Use zahlt der Leasing-Kunde die Rate in Abhängigkeit von der tatsächlichen Nutzung des Fahrzeugs, der Maschine oder Anlage. Auf diese Weise kann der Anwender die Leistung nach seinem Bedarf an Betriebsstunden, Kopien oder Scans abrufen. Ein bereits etabliertes Pay-per-Use-Modell ist der Kilometervertrag beim Fahrzeugleasing. Als Pay-per-Hour, also auf Basis von Betriebsstunden, kann eine exakte zeit- und nutzungsabhängige Abrechnung in der Produktion genutzt werden. Im Gesundheitswesen lässt sich Pay-per-Scan für Medizintechnik einrichten – um nur einige Anwendungsbeispiele zu nennen. Kundenbefragungen zeigen, dass Unternehmen dieses Finanzierungsmodell zum Beispiel zur Erschließung neuer Geschäftsfelder nutzen wollen oder im Bereich der Absatzfinanzierung, um innovative, hochwertige Technologien in die Märkte einzuführen.

Veränderte Kundenbedürfnisse und Unternehmenskultur

Der digitale Wandel wirkt sich auch auf die Prozesse in den Leasing-Gesellschaften aus. Treiber und Motor sind das sich ändernde Kundenverhalten und die damit verbundenen höheren Erwartungen. Denn B2B-Kunden übertragen ihre Erfahrungen aus dem privaten Erleben in den Geschäftsbereich. Die Erreichbarkeit an sieben Tagen in der Woche über 24 Stunden gehört genauso dazu,



Der digitale Wandel gehört neben der Nachhaltigkeit zu den großen Herausforderungen, vor allem des Mittelstandes.

wie Produkte und Vertragsdetails in Echtzeit über das Smartphone abzurufen. Dies bedeutet, insbesondere im Vertrieb neue Wege zu gehen, in puncto digitaler Vertragsabwicklung und Etablierung neuer Vertriebskanäle.

Technologische Weiterentwicklung und kulturelle Veränderungen müssen Hand in Hand gehen. Die Digitalisierung interner Abwicklungsprozesse und Schnittstellen nimmt dabei eine zentrale Rolle ein, aber entscheidend für den Erfolg ist die grundsätzliche Haltung. Horizontale Vernetzung, Interdisziplinarität, Verzahnung von Fachrichtungen und eine Kultur des Ausprobierens sind Schlüsselfaktoren für die digitale Revolution made in Silicon Valley. Leasing-Gesellschaften sind hier im Vorteil. Denn gemischte Teams aus unterschiedlichen Fachrichtungen, Crossover-Qualifikationen, Quereinsteiger, flache Hierarchien und schnelle Entscheidungswege machen ein modernes Leasing-Unternehmen aus. ■

Die Leasing-Wirtschaft

VOM MITTELSTAND FÜR DEN MITTELSTAND

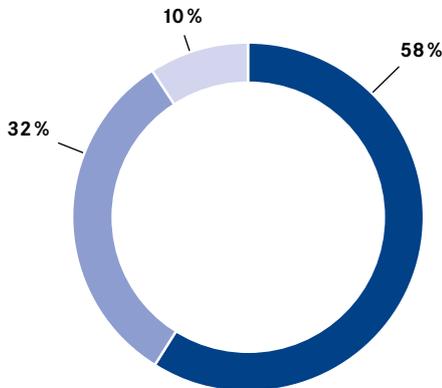
„The German Mittelstand“ gilt als der Erfolgsfaktor des deutschen Wirtschaftsmodells, wird im Ausland bewundert und geschätzt: Rund 99 Prozent aller Unternehmen in Deutschland sind Mittelständler.

Sie erwirtschaften mehr als die Hälfte der Wertschöpfung und stellen fast 60 Prozent aller Arbeitsplätze bereit. Der Mittelstand ist wichtigster Innovations- und Technologiemotor Deutschlands und genießt international großes Ansehen. Mittelständler zu sein, ist nicht nur eine Frage von Unternehmensgröße und Umsatz, sondern auch eine Geisteshaltung – egal ob kleiner bayerischer Handwerksmeister oder schwäbischer Werkzeughersteller mit Milliardenumsatz. Kopieren lässt sich der deutsche Mittelstand nicht, zumal er auf Strukturen basiert, die in über 100 Jahren gewachsen sind.

Parallel dazu hat sich in den vergangenen fast 60 Jahren eine ebenso mittelständisch geprägte Leasing-Wirtschaft entwickelt, die die Unternehmenslandschaft

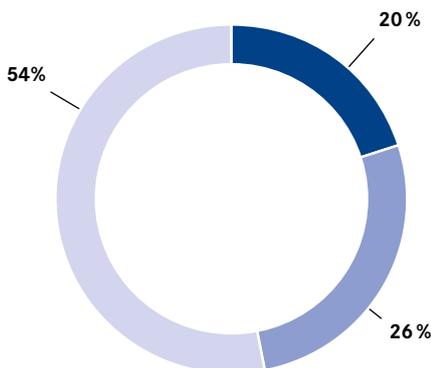
Eigentümerhintergrund der Mitgliedsgesellschaften

Anteil am Neugeschäft Mobilien-Leasing



Eigentümerhintergrund der Mitgliedsgesellschaften

Zusammensetzung BDL-Mitgliedschaft



Quelle: BDL

■ Herstellernahe ■ Bankennahe ■ Unabhängige

in Deutschland widerspiegelt. Den Leasing-Markt teilen sich breit aufgestellte Universalanbieter, Spezialisten für Gütergruppen oder Kundensektoren sowie Experten für Immobilien- und Großmobilen-Leasing. Aktuell sind ca. 350 Leasing-Gesellschaften bei der Bundesanstalt für Finanzmarktaufsicht eingetragen, darunter ein erhebli-

Starke Partnerschaft:
Zwei von drei Unternehmen schätzen besonders die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit ihrem Leasing-Geber.

Kantar-Marktstudie 2020

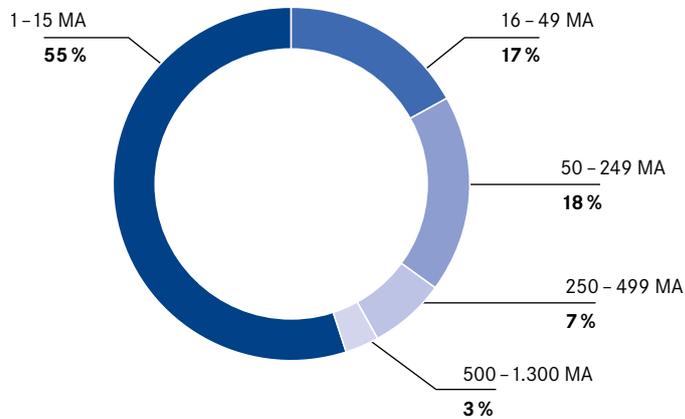
cher Anteil an Objektgesellschaften ohne operative Tätigkeit. Dem BDL gehören rund 150 Gesellschaften an, die mit ihrem Neugeschäft etwa 90 Prozent des gesamten Leasing-Marktes repräsentieren.

Mittelständische Struktur

Eine Strukturanalyse der BDL-Mitgliedsgesellschaften nach Größenklassen ergibt, dass über die Hälfte der Gesellschaften weniger als 15 Beschäftigte hat, rund drei Viertel haben weniger als 50 Mitarbeiter. Jedes dritte BDL-Mitglied verfügt lediglich über einen Einzelgeschäftsführer oder Einzelvorstand. Dabei handelt es sich sehr häufig um inhabergeführte Unternehmen. Nur wenige Leasing-Gesellschaften beschäftigen in Deutschland mehr als 500 Mitarbeiter und keines mehr als 1.300. Insgesamt sind rund 14.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Leasing-Wirtschaft tätig. Mit diesen Leasing-Experten realisieren die Gesellschaften Investitionen in Höhe von rund 75 Milliarden Euro pro Jahr.

In ihrer mittelständischen Struktur ist die Leasing-Wirtschaft in Deutschland damit genauso einzigartig wie der „German Mittelstand“. Marktbefragungen zeigen, dass die Leasing-Kunden die Beratung auf Augenhöhe schätzen, vom Mittelstand für den Mittelstand. Dies stellt neben der Innovationskraft einen der Erfolgsschlüssel der Branche dar. Zudem haben sich zahlreiche Leasing-Gesellschaften auf bestimmte Objektwerte spezialisiert und bedienen erfolgreich ihre Nische. Der deutsche Mittelstand – das erfolgreiche Wirtschaftsmodell Deutschlands – und die mittelständisch geprägte Leasing-Wirtschaft sind daher eng miteinander verknüpft.

Mittelständische Struktur der Leasing-Wirtschaft
Anteil der BDL-Mitglieder nach Beschäftigten



MA = Mitarbeiter

Quelle: BDL

Begleitung der Kunden ins Ausland

Deutschland nimmt weltweit unter den Exportnationen eine Spitzenposition ein. Es überrascht daher nicht, dass auch ungefähr ein Drittel der Mitgliedsgesellschaften des BDL Geschäfte im Ausland betreiben. In der Regel geht es dabei nicht primär um lokales Geschäft, vielmehr begleiten die Leasing-Gesellschaften ihre Kunden, wenn diese sich neue Absatzmärkte im Ausland erschließen oder ihre Produktion aus Deutschland verlagern. Die Auslandsaktivitäten werden dabei stark von den konjunkturellen Entwicklungen auf den betreffenden Märkten beeinflusst.

Es werden zwei Arten von Geschäftsmodellen unterschieden: das Cross-Border-Leasing und das Domestic-Leasing. Beim Domestic-Leasing erfolgt der Vertragsabschluss zwischen dem ausländischen Leasing-Nehmer und einer im jeweiligen Land ansässigen Tochtergesellschaft des deutschen Leasing-Unternehmens. Dies kann eine 100-prozentige Tochter oder ein Joint Venture sein. Beim Cross-Border-Leasing, mit dem Anfang der 1980er-

Die Leasing-Wirtschaft ist stark mittelständisch geprägt. Sie spiegelt in ihrer Struktur die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. Die Kunden schätzen die Beratung auf Augenhöhe – vom Mittelstand für den Mittelstand.

Jahre das Auslandsgeschäft begann, wird der Leasing-Vertrag von der inländischen Leasing-Gesellschaft direkt mit dem ausländischen Leasing-Nehmer geschlossen. Dieses Geschäft ist seit einigen Jahren rückläufig – zugunsten des Domestic-Leasing. Denn die Präsenz vor Ort ermöglicht einen besseren Einblick in die lokalen Güter- und Finanzmärkte. Außerdem können so die Besonderheiten bei den handels-, zivil- und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen in den einzelnen Ländern berücksichtigt werden.

Mietkauf ergänzt Leasing für spezielle Situationen

Seit vielen Jahren bieten die Leasing-Gesellschaften für eine Reihe von mobilen Ausrüstungsgütern auch Mietkauf-Verträge an. Beim Mietkauf räumt die Lea-

www.jahresbericht.leasingverband.de

sing-Gesellschaft ihrem Kunden das Recht ein, das Investitionsgut innerhalb einer Frist zu einem vorher bestimmten Preis zu erwerben, wobei die bis dahin gezahlten Mieten auf den Kaufpreis angerechnet werden. Anders als im Finanzierungsleasing erfolgt beim Mietkauf die Aktivierung der Mietkaufsache sofort beim Mietkäufer. Der Anteil des Mietkaufs beträgt weniger als ein Fünftel des Neugeschäfts der Leasing-Wirtschaft. Mietkauf bietet sich vor allem dann an, wenn es um die längerfristige Nutzung eines Investitionsgutes geht, das nicht unter dem Druck kurzer Innovationszyklen steht oder sehr speziell auf ein Unternehmen zugeschnitten ist und sich nicht ohne Weiteres für eine Drittverwertung eignet. Häufig wird auch Mietkauf abgeschlossen, um staatliche Investitionszulagen für den Kunden zu ermöglichen, die für Leasing-Investitionen ausgeschlossen sind. ■

Wofür wir uns einsetzen

Förderung des Mittelstandes
als Garant unseres Wohlstandes

Stärkung von Investitionen
für einen attraktiven
Wirtschaftsstandort Deutschland

Unterstützung von Innovationen
und Digitalisierung für
eine zukunftsfähige Wirtschaft
und Umwelt

Schaffung und Erhalt
verlässlicher Rahmenbedingungen
für Leasing-Unternehmen

Angemessene Regulierung,
Proportionalität und mehr
Differenzierung für die mittelständische
Leasing-Branche

Der Bundesverband Deutscher Leasing- Unternehmen

Einsatz für mittelständische Branchenstruktur

Der Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL) vertritt die Interessen der Leasing-Wirtschaft in Deutschland. Seine rund 150 Mitglieder repräsentieren etwa 90 Prozent des Leasing-Marktvolumens. Zu den Schwerpunktaufgaben des Verbandes gehören der Schutz des Leasing aus Anbieter- wie aus Kundensicht sowie die Unterstützung der mittelständischen Branchenstruktur. Dazu gehört der Einsatz für eine angemessene Regulierung, für Proportionalität und mehr Differenzierung. Der BDL setzt sich darüber hinaus für gute Rahmenbedingungen für Investitionen in Deutschland und die Förderung des Mittelstandes ein.

Ein umfassender Service für Mitgliedsgesellschaften sowie ein Aus- und Weiterbildungsprogramm für Leasing-Einsteiger und für spezielle Fachfragen sind wichtiger Bestandteil der Verbandsarbeit, zumal die Branche stark mittelständisch geprägt ist und drei Viertel der Gesellschaften weniger als 50 Beschäftigte haben.

Der Leasing-Verband

AUFGABEN UND LEISTUNGEN DES BDL

Der Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e.V. (BDL) vertritt die Interessen der gesamten Leasing-Wirtschaft in Deutschland. Mit seinen rund 150 Mitgliedsgesellschaften repräsentiert er knapp 90 Prozent des deutschen Leasing-Marktvolumens.

Einsatz für faire Rahmenbedingungen

Oberstes Verbandsziel ist es, Leasing zu fördern und zu schützen – aus Anbieter- und aus Kundensicht. Die Sicherung fairer steuerlicher, rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen für die Branche steht dabei im Mittelpunkt. Der BDL setzt sich gegenüber dem Gesetzgeber und der Verwaltung für eine sachgerechte Gesetzgebung und Verwaltungspraxis in allen leasingrelevanten Rechtsgebieten ein, dabei stehen das Handels- und Steuerrecht, das Zivil- und Aufsichtsrecht sowie staatliche Fördermaßnahmen im Mittelpunkt. Zudem pflegt der BDL einen aktiven Kontakt zu den Aufsichtsbehörden, um die praxisbezogene Umsetzung der regulatorischen Pflichten zu optimieren. Der BDL setzt sich für Proportionalität und mehr Differenzierung möglichst im Rahmen eines eigenen, angemessenen Regimes ein. Denn die Leasing-Branche sollte nicht nach Bankenstandards reguliert werden. Leasing-Gesellschaften sind keine Ban-

ken, sie sind kleiner, weniger komplex und tragen ein deutlich geringeres Risiko. Die Beachtung der mittelständischen Branchenstruktur und des geringen Risikoprofils von Leasing bei Gesetzesinitiativen und im Dialog mit der Politik sowie die Unterstützung der Mitglieder bei der Bewältigung der Aufsicht gehören zu den vorrangigen Aufgaben des BDL.

Umfangreicher Service für Mitgliedsgesellschaften

„Besonders in einer mittelständisch geprägten Branche wie der Leasing-Wirtschaft, in der zahlreiche Leasing-Gesellschaften nur auf begrenzte eigene Ressourcen zurückgreifen können, ist der Verband als Dienstleister gefordert“, führt BDL-Hauptgeschäftsführerin Dr. Claudia Conen aus. Die Analyse und praxisgerechte Aufbereitung relevanter Informationen über aktuelle Entwicklungen des Leasing-Marktes und seiner Rahmenbedingungen sowie die kontinuierliche, frühzeitige Mitgliederinformation gehören zu den Serviceleistungen des BDL.

Die Mitglieder erhalten Rundschreiben und Newsletter sowie weiterführende Informationen im internen Mitgliederbereich der BDL-Website. Zu einzelnen Themenfel-

dem werden praxisnahe Handreichungen und Leitfäden bereitgestellt. Zudem veranstaltet der BDL Fachtagungen und Foren zu branchenrelevanten Themen wie Digitalisierung, Refinanzierung oder Fragen des Mittelstandes.

Öffentlichkeitsarbeit

Der BDL informiert Politik, Behörden, Medien, andere Verbände und Organisationen des Mittelstandes sowie die interessierte Öffentlichkeit über den Leasing-Markt und die Branche in Deutschland. Die Kommunikation bedient sich dabei verschiedener Kanäle und Maßnahmen, von der klassischen Medienarbeit über die Online-Kommunikation – im Schwerpunkt über die BDL-Website (www.leasingverband.de) – bis zu Social-Media-Aktivitäten, vor allem über die Informationskanäle Twitter, LinkedIn und XING.

Aus- und Fortbildung: BDL-Akademie

Mit seinem breiten Seminarangebot deckt der Verband wesentliche Facetten der Aus- und Weiterbildung ab. Es reicht vom Grundlagenseminar bis hin zu Spezialseminaren, die flexibel auf aktuelle Anforderungen eingehen und auf die (Praxis-)Bedürfnisse der Mitglieder abgestimmt sind. Um den Wünschen seiner Mitglieder nachzukommen, werden verstärkt E-Learning-Seminare, die zeiteffizient und ressourcenoptimiert sind, angeboten.

Zum Beispiel besteht das Seminar „Grundlagen des Mobilien-Leasing“, das sich an Leasing-Einsteiger wendet, aus einem moderierten Onlineteil, der mit Skripten, Übungen und Tests hauptsächlich Grundlagenwissen zum Leasing vermittelt und mit einem Abschlusstest beendet wird. Im Präsenzteile lernen die Teilnehmer den praktischen Ablauf eines Leasing-Geschäfts sowie mögliche Konfliktsituationen kennen und erarbeiten in Gruppen Lösungen. Hinzu kommen Informationen zu Themen, die im Onlineseminar schwer vermittelbar sind, etwa die regulatorischen Anforderungen an die Leasing-Gesellschaften.

Brüsseler Repräsentanz

Gerade in puncto Regulatorik weht der Wind kräftig aus Brüssel. Um seine Aufgaben zu bewältigen und sich für die Belange der deutschen Leasing-Wirtschaft einzu-

In fünf Jahrzehnten
Verbandsgeschichte
hat sich die Zahl der
Mitgliedsgesellschaften
stetig erhöht.



Mitgliederentwicklung des BDL

1972 von 16 Gesellschaften gegründet, wuchs der BDL nach 20 Jahren bereits auf rund 100 Mitglieder an. Durch die Fusion mit dem Interessenverband Deutscher Leasing-Unternehmen (IDL) 2001 wurde erstmals die 200er-Marke überschritten, die sich über Jahre hielt, bis die Leasing-Gesellschaften Ende 2008 der Finanzmarktaufsicht unterstellt wurden.

Dies löste einen Konsolidierungsprozess aus, der sich zwar inzwischen verlangsamt hat, aber noch nicht abgeschlossen ist. Zahlreiche Leasing-Unternehmen sahen und sehen sich angesichts hoher aufsichtsbedingter Verwaltungskosten gezwungen, ihr Geschäft aufzugeben. Vom Markt zurückgezogen haben sich vor allem kleinere Gesellschaften, die nicht im BDL organisiert waren und somit auch nicht auf die umfangreichen Unterstützungsangebote des Verbandes zurückgreifen konnten.

Doch auch der Verband erlebte einen – wenn auch vergleichsweise moderaten – Rückgang seiner Mitglieder auf nun rund 150 Gesellschaften.

setzen, reicht es daher längst nicht mehr, nur national die Interessen der Branche zu vertreten. Daher ist der BDL grenzüberschreitend tätig, unter anderem durch seine Mitgliedschaft im europäischen Dachverband der

Mit seiner Repräsentanz in Brüssel stärkt der BDL die Stimme der deutschen Leasing-Wirtschaft in Europa. Die Präsenz vor Ort ermöglicht ein rechtzeitiges Handeln, um Anliegen bei den jeweiligen EU-Institutionen einbringen zu können.

nationalen Leasing-Verbände „Leaseurope“ (www.leaseurope.org). Zudem verfügt der BDL über eine eigene Repräsentanz in Brüssel, die in Kooperation mit der Leaseurope die Leasing-Stimme in Brüssel stärkt und die Kräfte bündelt. Eine frühzeitige Information über aktuelle Entwicklungen zu EU-Themen und neue Gesetzesvorhaben ist unerlässlich. Dies ermöglicht ein rechtzeitiges Handeln, um spezifische Anliegen bei den jeweiligen EU-Institutionen einbringen zu können.

Assoziierte Mitglieder des BDL

Bei der Unterstützung der Mitgliedsgesellschaften kann der BDL auch auf sein breites Netzwerk an Consultants, IT-Spezialisten, Rechtsanwälten, Wirtschaftsprüfern, Steuerberatern, Banken, Sparkassen und Finanzdienstleistern zurückgreifen. Assoziierte Mitglieder (ohne Stimmrecht) können diejenigen Unternehmen werden, die selbst kein Leasing-Geschäft betreiben, deren Geschäftstätigkeit jedoch einen engen Bezug zur Leasing-Branche hat. Ziel ist dabei, den Kontakt und den gegenseitigen Informationsfluss zwischen der Leasing-Wirtschaft sowie Unternehmen und Branchen zu fördern, die mit den Leasing-Gesellschaften im Leistungsaustausch stehen. Der BDL bietet dafür zum Beispiel auf seinen Mitgliederversammlungen und anderen Veranstaltungen eine geeignete Plattform. Derzeit besteht das Netzwerk aus rund 80 Unternehmen. ■

Büro Berlin

Markgrafenstraße 19
10969 Berlin
Telefon: +49 (0)30 20 63 37-0
bdl@leasingverband.de

Büro Brüssel

19 A-D Avenue des Arts
1000 Brüssel
Telefon: +32 2 203 92 90

www.leasingverband.de





**BUNDESVERBAND DEUTSCHER
LEASING-UNTERNEHMEN**

Markgrafenstraße 19
10969 Berlin
Telefon +49 (0)30 20 63 37-0
E-Mail bdl@leasingverband.de
Twitter @LeasingVerband

www.leasingverband.de

Der BDL ist Mitglied der Leaseurope
(Europäischer Dachverband
der nationalen Leasing-Verbände)

www.leaseurope.org

