



Leasing in Deutschland 2015



Inhalt

4	I. Die Marktstudie: Zusammenfassung
6	II. Zielsetzung und Methodik
8	III. Ergebnisse
8	1. Aktuelle Leasing-Nutzung Entscheidung für Leasing: Stabiler Anteil an „Heavy Usern“
9	Relevant Set: Leasing im Bewusstsein fest verankert
9	Leasing im Wettbewerb zu anderen Finanzierungsformen: Dominierend im Mittelstand
11	Zukünftige Entwicklung des Leasing-Anteils: Stabilität
12	2. Leasing-Motive Finanzielle Gründe dominieren
15	3. Leasing-Image und Bewertung der Branche Leasing steht für Flexibilität
17	4. Kundenzufriedenheit Leasing-Gesellschaften erhalten Bestnoten
18	5. Relevanz künftiger Leasing-Lösungen Planungssicherheit und maßgeschneiderte Angebote
19	6. Exkurs: Ergänzende Serviceleistungen Service beim IT-Leasing besonders beliebt
19	Sicherheitsaspekte dominieren
21	Fazit: Schub durch Beratung und Industrie 4.0
23	Impressum

VORWORT

Leasing hat sich zu einer unverzichtbaren Säule der Unternehmensfinanzierung in Deutschland entwickelt. Mit einem Neugeschäftsvolumen von jährlich über 50 Mrd. Euro ist die Leasing-Wirtschaft der größte private Investor des Landes. Ob Dienstwagen, Lkw, Maschine, Produktionsanlage, Computer, Autowaschstraße oder Zahnarztstuhl – Leasing ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Fast ein Viertel der Ausrüstungsinvestitionen wird über Leasing realisiert. Sein Anteil an den außenfinanzierten Investitionen beträgt mehr als die Hälfte. Insbesondere im Mittelstand ist Leasing fest verwurzelt und die mit deutlichem Abstand dominierende Investitionsform.

Die über 50-jährige Leasing-Geschichte zeigt, dass das Investitionsinstrument nicht nur in Phasen wirtschaftlichen Aufschwungs gefragt ist, sondern sich gerade in unsicheren Zeiten bei zurückhaltender Investitionsstimmung bewährt hat. Zwar atmet die Leasing-Wirtschaft mit der Konjunktur, doch verfügt Leasing unabhängig von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen über einen stabilen Anteil an „Heavy Usern“ – an Unternehmen, die ihre Investitionen häufig bis immer mittels Leasing realisieren. Etwa jedes vierte Unternehmen in Deutschland ist überzeugter Leasing-Nutzer. Die Neigung zu Leasing steigt mit der Größe des Unternehmens.

Dies bestätigen die Ergebnisse der repräsentativen Marktstudie „Leasing in Deutschland 2015“, die das Marktforschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag des BDL realisiert hat. TNS Infratest hat 1.000 Geschäftsführer und Finanzentscheider zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing, seinem Stellenwert im Unternehmen, den Leasing-Motiven und dem Image der Branche befragt, darunter 750 Leasing-Nutzer. Es ist die fünfte Untersuchung des Verbandes zum Leasing-Markt – nach 1994, 2002, 2007 und 2011. Aus Verbandssicht besonders positiv ist die breite Kundenzufriedenheit, die sich in der Befragung widerspiegelt: 97 Prozent der Leasing-Nutzer sind mit ihrem Leasing-Partner zufrieden. Damit konnten die Bestnoten aus dem Jahr 2011 noch einmal verbessert werden. Ausgesprochen gut ist die Resonanz wiederum im Mittelstand, hier war nicht ein einziges Unternehmen unzufrieden.

Ein weiteres erfreuliches Ergebnis bestätigt: Leasing steht für Flexibilität. Vier von fünf Unternehmensentscheidern sehen in Leasing ein Instrument, das ihnen Flexibilität ermöglicht. Dieser Anteil ist über die Jahre hinweg stabil geblieben. Das rasche Tempo, in dem technologische Innovationen die Produktzyklen stetig verkürzen, und das Ausmaß der Veränderung von Märkten sorgen dafür, dass Flexibilität weiter an Bedeutung gewinnt. Leasing verleiht Unternehmen diese Flexibilität und die Investitionskraft, um mit der Marktentwicklung Schritt halten zu können und die eigene Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu sichern. Kurz: Leasing macht Unternehmen fit für die Zukunft.

Eine zunehmend strategische Bedeutung in der Unternehmensplanung nehmen die angebotenen Serviceleistungen rund um die Nutzung des Wirtschaftsgutes ein. Der Trend, ergänzend zur Finanzierung auch Serviceleistungen von Leasing-Gesellschaften anzunehmen, hat sich verfestigt und fortgesetzt. Etwa jeder zweite Leasing-Kunde nutzt diese Dienstleistungen und schreibt ihnen einen Mehrwert zu. Jedoch ist die Inanspruchnahme noch vom geleasteten Wirtschaftsgut abhängig. Die Studie zeigt, dass hier Potenzial besteht, insbesondere durch Unterstützung bei der Bedarfsanalyse sowie passgenaue, individuelle Angebote.

Die vorliegende Studie „Leasing in Deutschland 2015“ bietet eine Analyse der wichtigsten Themenkomplexe der Befragung und gibt einen Überblick über die aktuelle Einstellung der Unternehmen in Deutschland zu Leasing. Sie zeigt Herausforderungen für die Branche sowie Wachstumsmöglichkeiten auf.

Martin Mudersbach, Präsident des BDL



Berlin, im September 2015

I.

DIE MARKTSTUDIE: ZUSAMMENFASSUNG

TNS Infratest hat im Auftrag des BDL 1.000 Unternehmensentscheider in Deutschland, darunter 750 Leasing-Nutzer, im Zeitraum Ende Januar bis Anfang März 2015 zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing, der aktuellen und künftigen Nutzung, den Leasing-Motiven, der Zufriedenheit als Leasing-Kunde sowie zum Image der Branche befragt. Ein Schwerpunkt der Erhebung befasste sich mit den ergänzend von Leasing-Gesellschaften angebotenen Serviceleistungen rund um die Objektnutzung. Der quantitativen Befragung wurden zwei Gruppendiskussionen mit Vertretern von kleinen und mittelständischen Unternehmen vorgeschaltet, um Trends und Tendenzen zu identifizieren. In die Auswertung wurden Aussagen der Teilnehmer der Gruppendiskussion (anonymisiert) aufgenommen, um quantitative Ergebnisse zu erläutern oder zu veranschaulichen. Die Resultate der Marktstudie „Leasing in Deutschland 2015“ sind repräsentativ für die Unternehmenslandschaft. Die vorliegende Auswertung legt einen Fokus auf die Aussagen der mittelständischen Unternehmen (Firmen mit 50–499 Mitarbeitern). Folgend die Kernergebnisse auf einen Blick:

- Leasing hat unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung eine stabile Quote an überzeugten Leasing-Nutzern, die immer bis häufig ihre Investitionen mittels Leasing realisieren. Der Anteil dieser „Heavy User“ liegt bei 24 Prozent und ist trotz weniger günstiger Rahmenbedingungen (Niedrigzinsphase, hoher Prozentsatz der Innenfinanzierung) im Vergleich zur Studie 2011 stabil geblieben (+1 Prozent).
- Leasing ist im Mittelstand fest verwurzelt. Drei von vier mittelständischen Unternehmen ziehen Leasing regelmäßig in Betracht, wenn sie Investitionen planen. Zudem dominiert Leasing als Finanzierungsform im Mittelstand: Für 40 Prozent ist Leasing die erste Wahl bei Investitionsplänen, der Investitionskredit folgt mit deutlichem Abstand.
- Für das künftige Wachstum gibt es gute Potenziale im Gesundheitswesen. Unternehmen aus dieser Branche wollen ihren Leasing-Anteil stark ausbauen. Über alle Branchen betrachtet bleibt der Leasing-Anteil in Zukunft etwa gleich hoch, was neben den aktuellen Rahmenbedingungen auch auf eine bereits hohe Leasing-Quote von über 50 Prozent an den außenfinanzierten Investitionen zurückzuführen ist.
- Seit Jahrzehnten entscheidet sich die Mehrzahl der Unternehmen aus finanziellen Beweggründen für Leasing. Im Trend haben in den vergangenen Jahren die Argumente Liquiditätsschonung sowie Erhalt der Bankkreditlinie an Bedeutung gewonnen, was den Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise geschuldet ist. Aufgrund der Bankenregulierung – u. a. durch Basel III – sind Kreditinstitute restriktiver bei der Unternehmensfinanzierung, Bankkunden müssen sich strengen Bewertungen unterziehen.
- Ungeachtet dieser Rahmenbedingungen finden sich unter den führenden Motiven ebenso betriebswirtschaftliche Aspekte wie „Durch Leasing bleibt die Betriebsausstattung immer

auf dem neuesten Stand“ und die „Rückgabemöglichkeit des geleasteten Wirtschaftsguts“. Beide Aspekte sind für mittelständische Unternehmen deutlich relevanter als für kleine und Kleinstunternehmen.

- Leasing steht für Flexibilität. Vier von fünf Unternehmensentscheidern sehen in Leasing ein Instrument, das ihnen Flexibilität ermöglicht. Dieser Anteil ist über die Jahre hinweg nahezu stabil geblieben und bestätigt, dass Flexibilität eine Kerneigenschaft des Leasing darstellt.
- Bei einer anderen Kerneigenschaft, dem Kriterium Geschwindigkeit bei Angebots- und Vertragsbearbeitung, bewerten vor allem kleine und Kleinstunternehmen die Leasing-Branche schlechter als vor vier Jahren. Ursache hierfür sind die Auswirkungen der Regulatorik. Denn Leasing-Gesellschaften müssen seit ihrer Unterstellung unter die Finanzmarktaufsicht ein umfangreiches Pflichtenprogramm abarbeiten, bevor sie einen Leasing-Vertrag aufsetzen können. Der Umfang der Pflichten ist unabhängig von der Größe des Kunden und nahezu unabhängig vom Investitionsvolumen. Aus wirtschaftlichen Erwägungen konzentrieren sich Leasing-Gesellschaften daher verstärkt auf Unternehmen mit höheren Investitionsvolumina, was sich entsprechend auf die Beurteilungen durch kleine und Kleinstunternehmen auswirkt.
- Insgesamt erhält die Leasing-Wirtschaft von ihren Kunden wieder Bestnoten. 97 Prozent der Leasing-Nutzer sind mit ihrem Leasing-Partner zufrieden bis vollkommen zufrieden. Damit hat sich der schon 2011 geringe Anteil der Unzufriedenen um zwei Prozentpunkte verringert. Die Zufriedenheit steigt mit der Unternehmensgröße. Nicht ein einziges mittelständisches Unternehmen ist unzufrieden.
- Der Trend, zur Finanzierung des Fahrzeugs, der Maschine, der EDV etc. auch ergänzende Serviceleistungen rund um die Objektnutzung von der Leasing-Gesellschaft in Anspruch zu nehmen, hat sich verfestigt und fortgesetzt. Die Inanspruchnahme ist jedoch stark von den Anlagegütern abhängig: Beim Leasing von Fahrzeugen oder IT-Equipment, also von Gütern, die in der Regel nicht zum Kerngeschäft des Unternehmens gehören, werden ergänzend angebotene Dienstleistungen als willkommene Entlastung interner Ressourcen gesehen.
- Bei Gütern wie Produktionsanlagen und Maschinen etc. sind die Unternehmensentscheider in puncto zusätzlicher Dienstleistungen zurückhaltender. Als Barrieren für ergänzende Services werden hier Schwierigkeiten bei der passgenauen Bedarfsanalyse gesehen, zudem herrscht Skepsis gegenüber standardisierten Angeboten. Entsprechend besteht Wachstumspotenzial für Leasing-Gesellschaften, indem sie zunächst bei der Bedarfsanalyse für Services unterstützen und danach individuelle Angebote machen.

II. ZIELSETZUNG UND METHODIK

Die vorliegende Marktstudie, die das Marktforschungsinstitut TNS Deutschland GmbH, Technology & Financial Services, nach 2007 und 2011 zum dritten Mal im Auftrag des BDL realisiert hat, untersucht den gewerblichen Leasing-Markt in Deutschland. Primäres Ziel war es, die Denkweise von Finanzentscheidern in Unternehmen in Deutschland in puncto Nutzung, Einstellungen und Erwartungen gegenüber der Investitionsform Leasing sichtbar zu machen und eventuelle Änderungen zu früheren Studienergebnissen zu untersuchen. Im Zentrum der Studie „Leasing in Deutschland 2015“ stehen daher die Fragestellungen zu

- Art und Häufigkeit der Leasing-Nutzung,
- Motivation und Stellenwert der Investitionsform Leasing in Unternehmen,
- zukünftige Leasing-Nutzung aus Unternehmenssicht,
- Leasing im Vergleich zu Investitionskredit, Mietkauf und Miete,
- Leasing-Motive und Leasing-Image sowie
- Kundenzufriedenheit.

Ein gesonderter Teil der Studie beschäftigte sich mit den Einstellungen und Motiven der Unternehmensentscheider zu Serviceleistungen, die Leasing-Unternehmen ergänzend rund um die Nutzung des Investitionsobjekts anbieten.

Grafik 1a Quantitative Erhebung

Rund 1.000 Unternehmen wurden befragt

Branchen	Anzahl Unternehmen
Verarbeitendes/Produzierendes Gewerbe (inkl. Energie/Wasser)	223
Bau	180
Handel	178
Verkehr-/Nachrichtenübermittlung	193
Dienstleister (inkl. Gesundheitswesen, Freizeit, Banken/Versicherungen)	226
Stichprobenumfang	Σ 1.000

Grafik 1b Quantitative Erhebung

Unternehmensgrößen



Die Ergebnisse der Marktstudie sind repräsentativ für die deutsche Unternehmenslandschaft. Die Stichprobe umfasste 1.000 Unternehmen, darunter 750 Leasing-Nutzer (**Grafiken 1 a+b**). Der quantitativen Studie wurde eine qualitative Untersuchung mit Leasing-Nehmern in Form von Gruppendiskussionen vorgeschaltet, um Themenkomplexe und Fragestellungen des Fragebogens zu optimieren. Prägnante Resultate und (anonymisierte) Zitate der Diskussionsteilnehmer fließen in die vorliegende Auswertung mit ein und sind entsprechend gekennzeichnet.

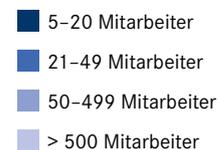
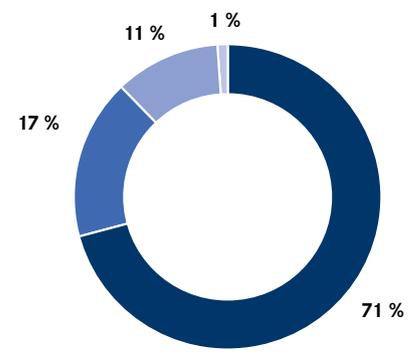
Die Grundgesamtheit der quantitativen Befragung stellen Unternehmen in Deutschland ab fünf Mitarbeitern dar. Die befragten Zielpersonen sind Geschäftsführer und Finanzentscheider in den Unternehmen. Analog zu den Vorgängerstudien wurde die Stichprobe disproportional nach Unternehmensgröße, Branche und regionaler Verteilung geschichtet, um ausreichend große Fallzahlen pro Gruppe zu erhalten. Die Daten wurden in telefonischen Interviews (CATI-Methode) erhoben. Befragt wurden Leasing-Nutzer der Branchen

- Verarbeitendes und Produzierendes Gewerbe (inkl. Energie/Wasser),
- Bau,
- Handel,
- Verkehr-/Nachrichtenübermittlung und
- Dienstleistung (inkl. Gesundheitswesen und Freizeit).

Die Unternehmen wurden bei der Auswertung unterteilt in folgende Größenklassen: Kleinstunternehmen mit 5-20 Mitarbeitern sowie kleine Firmen mit 21-49 Mitarbeitern, mittlere Unternehmen mit 50-499 Mitarbeitern (in der Auswertung als „Mittelstand“ bezeichnet), Großunternehmen mit 500-10.000 Mitarbeitern.

Die Interviewdauer lag für Leasing-Nutzer durchschnittlich bei 15 Minuten. Der Fragebogen umfasste 20 Fragen. Befragungszeitraum war der 26. Januar bis 3. März 2015. Die in der vorliegenden Broschüre abgebildeten Ergebnisse der disproportionalen Stichprobe wurden gewichtet und sind daher repräsentativ für die Unternehmenslandschaft in Deutschland (**Grafik 2**).

Grafik 2
Zusammensetzung des deutschen Markts: Unternehmenslandschaft von KMU geprägt



Basis: Unternehmen in Deutschland ab 5 Mitarbeitern

III. ERGEBNISSE

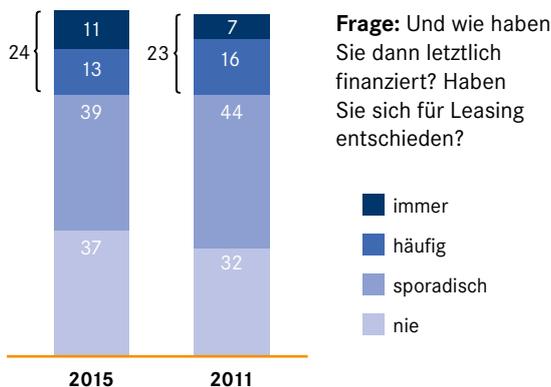
1. AKTUELLE LEASING-NUTZUNG

Entscheidung für Leasing: Stabiler Anteil an „Heavy Usern“

Die Leasing-Wirtschaft verfügt unabhängig von der konjunkturellen Situation quer durch alle Unternehmensgrößen und -branchen über einen stabilen Anteil an überzeugten „Heavy Usern“ – Unternehmen, die häufig bis immer Leasing zur Realisierung ihrer Investitionsvorhaben einsetzen. Trotz Niedrigzinsphase und einem gestiegenen Anteil der Innenfinanzierung nutzt fast jeder vierte Unternehmensentscheider regelmäßig Leasing, um seine Investitionspläne umzusetzen. Der Anteil der überzeugten Nutzer ist damit gegenüber 2011 stabil geblieben (+1 Prozent; **Grafik 3**).

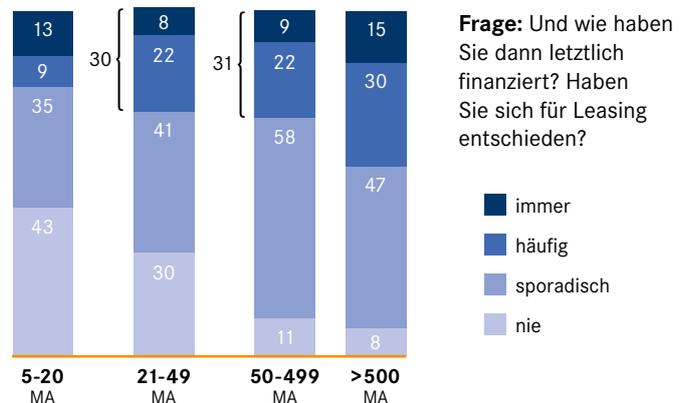
Bei der detaillierten Betrachtung nach Unternehmensgrößen zeigt sich, dass fast jedes dritte kleine und mittelständische Unternehmen (30 bzw. 31 Prozent) ein „Heavy User“ ist; bei Großunternehmen liegt der Anteil der überzeugten Leasing-Nutzern sogar bei 45 Prozent. Mit zunehmender Größe der Unternehmen schmilzt entsprechend auch die Zahl derjenigen Unternehmen, die Leasing nie nutzen (**Grafik 4**).

Grafik 3
Entscheidung für Leasing als Investitionsform
Der Anteil der überzeugten Leasing-Nutzer, die sich immer oder häufig für Leasing entscheiden, ist stabil geblieben



Basis: Unternehmen in Deutschland
Angaben in Prozent

Grafik 4
Entscheidung für Leasing nach Unternehmensgröße
Fast jedes dritte kleine und mittelständische Unternehmen ist überzeugter Leasing-Nutzer



Basis: Unternehmen in Deutschland
Angaben in Prozent
MA = Mitarbeiter

Relevant Set: Leasing im Bewusstsein fest verankert

In der Studie wurden die Unternehmensentscheider befragt, inwiefern sie bei ihren Investitionsplänen Leasing in Betracht ziehen - unabhängig davon, wie sie letztlich finanziert haben. Die Auswertung zeigt, dass im Bewusstsein mittelständischer Unternehmensentscheider Leasing fest verankert ist. Sie ziehen überdurchschnittlich häufig Leasing zur Realisierung ihrer Investitionen in Betracht. Während fast zwei Drittel aller Unternehmen in Deutschland (64 Prozent) regelmäßig Leasing als Option erwägen, sind es 76 Prozent der Unternehmen mit 50-499 Mitarbeitern. Mehr als jeder zweite Mittelständler (56 Prozent) bezieht sogar immer und häufig Leasing ein. Bei Großunternehmen ist Leasing ebenfalls im Relevant Set: 94 Prozent berücksichtigen diese Investitionsform regelmäßig. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass lediglich sechs Prozent der Großunternehmen Leasing als Möglichkeit zur Investitionsrealisierung ausschließen (**Grafik 5**).

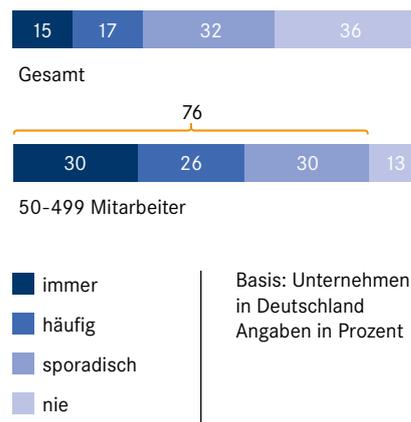
Leasing im Wettbewerb zu anderen Finanzierungsformen: Dominierend im Mittelstand

Leasing ist nicht nur im Bewusstsein der mittelständischen Unternehmer verwurzelt, es ist im Wettbewerb zu anderen Finanzierungsarten die dominierende Investitionsform des Mittelstandes. 40 Prozent der Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten ziehen bei einer Investition von 25.000 Euro als erstes Leasing in Betracht. 31 Prozent präferieren den Investitionskredit. An dritter und vierter Stelle folgen Mietkauf (21 Prozent) und Miete (acht Prozent). Über alle Unternehmensgrößen betrachtet liegt Leasing mit 34 Prozent knapp vor dem Kredit (32 Prozent; **Grafik 6**).

Grafik 5
Leasing im Relevant Set

Mittelstand zieht Leasing regelmäßig in Betracht

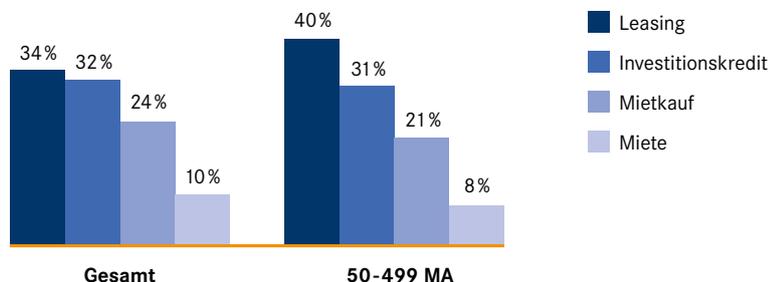
Frage: Inwieweit wurde bei diesen Investitionsentscheidungen die Finanzierungsform „Leasing“ in Betracht gezogen?



Grafik 6
Wettbewerb der Finanzierungsformen

Leasing ist die dominierende Investitionsform des Mittelstands

Frage: Nehmen wir an, Sie investieren in ein Fahrzeug, eine Industriemaschine oder eine IT-Ausstattung im Wert von 25.000 Euro. Welche der folgenden Möglichkeiten ziehen Sie als Erstes in Betracht?

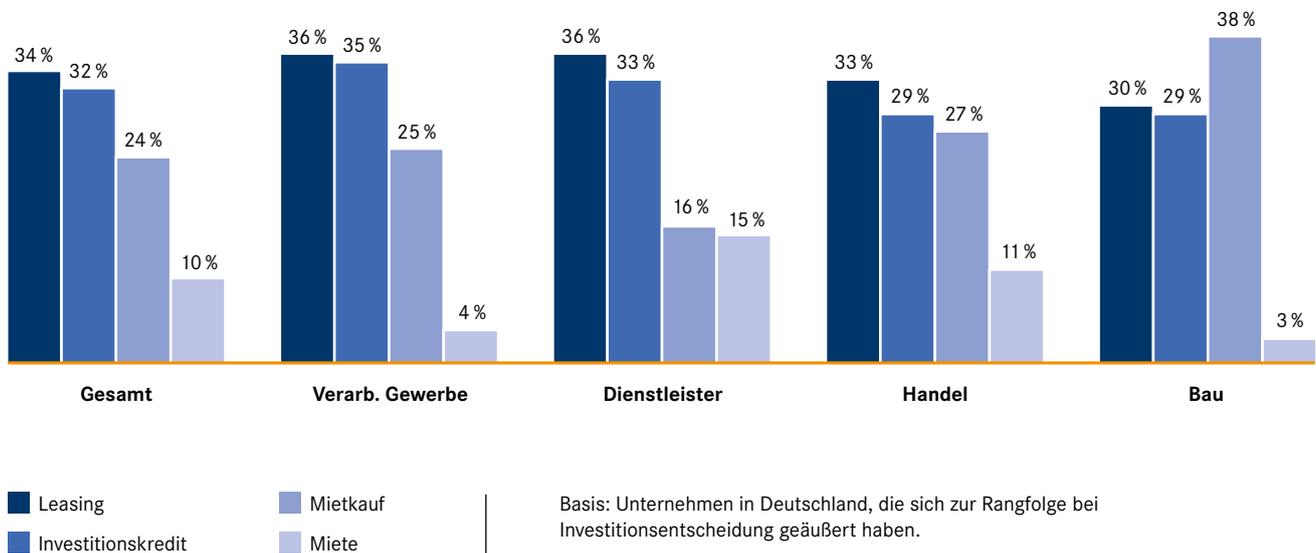


Basis: Unternehmen in Deutschland
MA = Mitarbeiter

In den drei größten Branchen Verarbeitendes Gewerbe, Dienstleistung und Handel führt Leasing im Ranking der Finanzierungsinstrumente mit einigen Prozentpunkten vor dem Investitionskredit. Beim Handel zeigt sich eine hohe Affinität zu Mietkauf. 27 Prozent der Handelsunternehmen ziehen dieses Instrument für ihre Investitionen bevorzugt in Betracht. Im Baugewerbe dominiert Mietkauf sogar mit 38 Prozent. Sowohl im Baugewerbe wie auch im Handel werden viele Nutzfahrzeuge eingesetzt (Lkw, Transporter etc.). Traditionell herrscht bei den Nutzfahrzeugen das Mietkaufgeschäft vor. Dies ist auf eine Zeit zurückzuführen, in der Leasing für Fernverkehrsfahrzeuge nicht zugelassen war. Die Finanzierungsform Mietkauf wird fast ausschließlich von Leasing-Gesellschaften angeboten. Mietkauf-Kunden profitieren daher sowohl von der Objektkompetenz der Leasing-Unternehmen als auch vom besonderen Service (**Grafik 7**).

Grafik 7
Bevorzugte Investitionsform nach Branche
 Im Baugewerbe dominiert der Mietkauf

Frage: Nehmen wir einmal an, Sie investieren in ein Fahrzeug, eine Industriemaschine oder IT-Ausstattung im Wert von 25.000 Euro. Welche der folgenden Möglichkeiten ziehen Sie am ehesten in Betracht?



Zukünftige Entwicklung des Leasing-Anteils: Stabilität

Eine Untersuchung des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung hat festgestellt, dass aktuell über 50 Prozent der außenfinanzierten Investitionen über Leasing realisiert werden. Der Leasing-Anteil an den gesamtwirtschaftlichen Ausrüstungsgütern ist mit 23 Prozent ebenfalls sehr hoch. Es überrascht daher nicht, dass bei der Mehrzahl der Unternehmen (72 Prozent) der Leasing-Anteil in der näheren Zukunft stabil bleibt (**Grafik 8**).

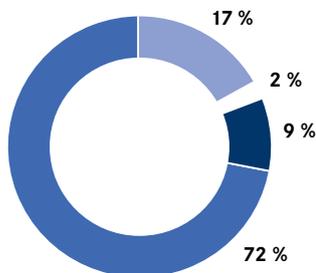
Wachstumspotenzial ist durchaus vorhanden, da insbesondere Großunternehmen, die naturgemäß über höhere Investitionsvolumina verfügen, Leasing in Zukunft stärker nutzen wollen. Auch kleine Unternehmen (21-49 Mitarbeiter) wollen ihren Anteil ausbauen, während Kleinunternehmen skeptisch sind. Im Mittelstand gleicht sich der Saldo von Ausbau und Rückgang fast aus (-2 Prozent; **Grafik 9**).

Wachstumspotenziale

Starkes Wachstumspotenzial für Leasing ergibt sich in der Gesundheitsbranche. Hier wollen 30 Prozent der Unternehmen ihren Leasing-Anteil ausbauen (gegenüber 17 Prozent, die ihn reduzieren). Im Gesundheitsbereich kann Leasing dazu beitragen, dass Praxen und Krankenhäuser stets mit modernster Technik ausgestattet sind. Für Hightech-Güter mit kurzen Innovationszyklen erweist sich Leasing mit seinen begleitenden Servicekomponenten als besonders gut geeignet (**Grafik 10**).

Im Verarbeitenden Gewerbe ist der Entwicklungssaldo ausgeglichen. Im Handel und im Baugewerbe wird der Leasing-Anteil eher etwas abnehmen – was voraussichtlich auf eine weitere Zunahme des bereits starken Mietkaufes zurückzuführen ist.

Grafik 8
Entwicklung des Leasing-Anteils in Unternehmen
 Mehrzahl hält Leasing-Anteil stabil

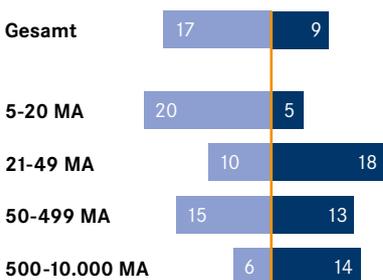


Frage: Wird der auf Leasing entfallende Anteil Ihrer Investitionen zunehmen, gleich bleiben oder zurückgehen?

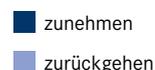


Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

Grafik 9
Entwicklung des Leasing-Anteils nach Unternehmensgrößen
 Insbesondere kleine und Großunternehmen rechnen mit einem Ausbau von Leasing

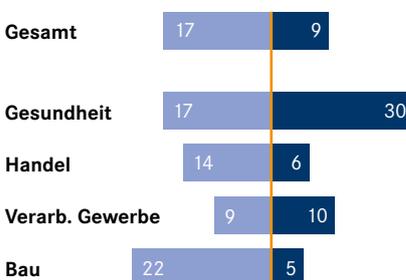


Frage: Wird der auf Leasing entfallende Anteil Ihrer Investitionen zunehmen, gleich bleiben oder zurückgehen?

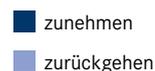


Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen
 Angaben in Prozent

Grafik 10
Entwicklung des Leasing-Anteils nach Branchen
 Wachstumspotenzial in der Gesundheitsbranche



Frage: Wird der auf Leasing entfallende Anteil Ihrer Investitionen zunehmen, gleich bleiben oder zurückgehen?



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen
 Angaben in Prozent

2. LEASING-MOTIVE

Finanzielle Gründe dominieren

Bereits seit 20 Jahren untersucht der BDL den gewerblichen Leasing-Markt und fragt im Rahmen seiner Marktstudien die Unternehmensentscheider auch nach ihren Beweggründen für Leasing. Es zeigt sich, dass über den gesamten Zeitraum finanzielle Motive den Ausschlag gaben, Investitionen in Fahrzeuge, Maschinen, IT-Ausstattung und andere Güter mittels Leasing zu realisieren. „Leasing schont die Liquidität“, „die Kosten sind gleichmäßig und genau kalkulierbar“, „die Bankkreditlinie bleibt erhalten“, „die Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand“ und „Investitionen sind trotz geringem Budget möglich“ sind die Top 5 der aktuellen Leasing-Motive. Im Trend haben in den vergangenen Jahren die Argumente Liquiditätsschonung sowie Erhalt der Bankkreditlinie an Bedeutung gewonnen, was den Auswirkungen der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise geschuldet ist. Denn aufgrund der Bankenregulierung - u. a. durch Basel III - sind Kreditinstitute restriktiver bei der

Grafik 11

Leasing-Motive im Zeitverlauf relativ stabil

TOP 5 der Motive: Finanzielle Aspekte dominieren

1994	2002	2007	2011	2015
Leasing schont die Liquidität	Leasing schont die Liquidität	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Leasing schont die Liquidität
Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand	Leasing schont die Liquidität	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar
Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Ein Leasing-Vertrag ermöglicht Flexibilität	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand	Bankkreditlinie bleibt erhalten
Bankkreditlinie bleibt erhalten	Bankkreditlinie bleibt erhalten	Leasing schont die Liquidität	Rückgabe des Leasing-Objekts nach Ablauf der Vertragslaufzeit	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand
Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Bankkreditlinie bleibt erhalten	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich

Unternehmensfinanzierung, Bankkunden müssen sich strengen Bewertungen unterziehen. Zwar haben diese Kriterien für alle Unternehmen an Relevanz gewonnen, jedoch sind sie für kleine und mittlere Firmen besonders entscheidend, da deren Finanzierungsspielräume und -alternativen teilweise eingeschränkter sind.

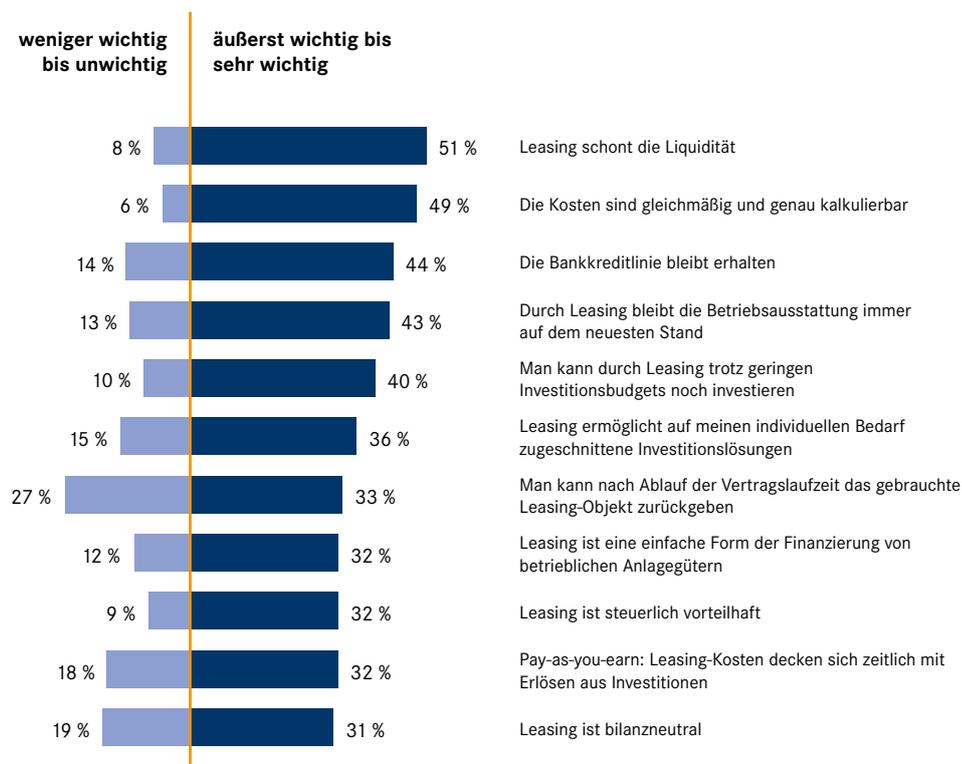
Ungeachtet dieser Rahmenbedingungen finden sich unter den führenden Motiven auch betriebswirtschaftliche Aspekte wie „durch Leasing bleibt die Betriebsausstattung immer auf dem neuesten Stand“ und „die Rückgabe des Leasing-Objekts ist nach Ablauf der Vertragslaufzeit möglich“. **(Grafik 11 und 12)** „Es sollte immer alles relativ neu sein. Das können wir nicht, wenn wir kaufen müssten“, lautete die Aussage eines Unternehmensvertreterers in der Gruppendiskussion. Ein anderer ergänzte den Aspekt, dass Leasing aufgrund der Objektkompetenz der Branche Investitionen in innovative Produkte ermöglicht: „Für neue Technologien ist man auf Leasing angewiesen, das macht die Bank nicht.“

Grafik 12

Motive für die Leasing-Nutzung

Für Leasing sprechen weiterhin primär Argumente rund um die Gewährleistung finanzieller Spielräume

Frage: Es gibt Argumente, die bei einer Investition für Leasing sprechen können. Ich lese Ihnen nun solche Argumente vor und Sie sagen mir bitte, wie wichtig dieser Aspekt für Ihr Unternehmen ist.



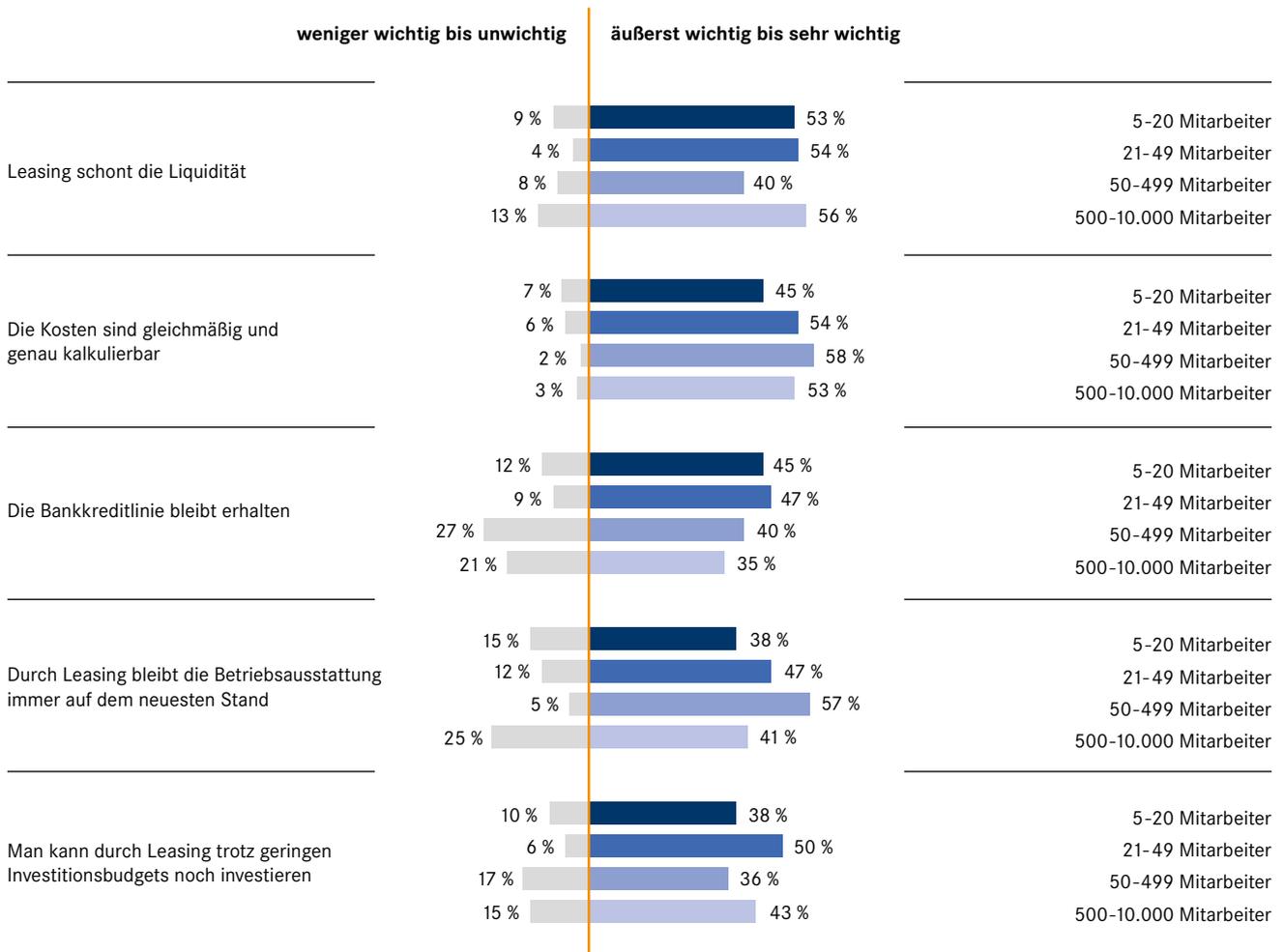
Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

Als interessant erweist sich der Blick auf die mittelständischen Unternehmen. Für diese sind betriebswirtschaftliche Argumente deutlich relevanter als für den Durchschnitt der Unternehmen. Über die Hälfte der Mittelständler (57 Prozent) sieht in der Investitionsform Leasing eine wirkungsvolle Maßnahme, die Betriebsausstattung auf dem neuesten Stand zu halten (**Grafik 13**), während es im Durchschnitt aller Unternehmen 43 Prozent sind. Auch die Rückgabemöglichkeit eines geleasteten Wirtschaftsgutes wird mit der Größe des Betriebes immer entscheidender; 42 Prozent der Großunternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sehen darin sogar einen strategischen Vorteil. In den Gruppendiskussionen stellten die Unternehmensvertreter die unkomplizierte Abwicklung und den einfachen Leasing-Prozess heraus, der Zeit und Aufwand spart. Jedes dritte Unternehmen erkennt darin für sich einen besonderen Nutzen (**Grafik 12**).

Grafik 13
Argumente für die Leasing-Nutzung nach Unternehmensgrößen

Finanzielle Motive überwiegen bei kleinen Unternehmen, im Mittelstand gewinnen betriebswirtschaftliche Aspekte an Bedeutung

Frage: Es gibt Argumente, die bei einer Investition für Leasing sprechen können. Ich lese Ihnen nun solche Argumente vor und Sie sagen mir bitte, wie wichtig dieser Aspekt für Ihr Unternehmen ist.



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

3. LEASING-IMAGE UND BEWERTUNG DER BRANCHE

Leasing steht für Flexibilität

Leasing steht für Flexibilität. Dies ist weiterhin die stärkste Kerneigenschaft der Investitionsform. Leasing verleiht seinen Kunden die Flexibilität z. B. durch individuelle Vertragsgestaltungen bei Laufzeiten, möglichen Kauf- und Verlängerungsoptionen oder durch zusätzliche Serviceleistungen. Zudem können veraltete Investitionsgüter durch Objekte auf dem neuesten Stand der Technik ersetzt werden, was vor verminderter Gebrauchsfähigkeit des Maschinen-, Fuhrparks sowie der IT-Ausstattung schützt. 82 Prozent der Unternehmen bewerten Leasing als ein Instrument, das ihnen diese Flexibilität ermöglicht. Die Zahl ist über die Jahre hinweg nahezu stabil geblieben (**Grafik 14**). In den Gruppendiskussionen nannten die Unternehmensvertreter zunehmende Flexibilität als ein entscheidendes Kriterium für die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens.

Anhand verschiedener Kriterien ließen die Marktforscher die Leasing-Branche einschätzen. Aufgrund der Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise waren bei der Befragung 2011 einige Aspekte, z. B. „guter Ruf in der Öffentlichkeit“, schlechter bewertet worden als in den Befragungen zuvor. Die Leasing-Branche als Scharnier zwischen Finanz- und Realwirtschaft hatte im Zuge der Finanzkrise unter dem verschlechterten Image der Finanzbranche gelitten. Aktuell haben sich die meisten Imagefaktoren wieder leicht verbessert. Kritisch wird jedoch weiterhin die Bearbeitungsgeschwindigkeit gesehen. Zwar bewerten 39 Prozent der Kunden die Leasing-Branche hier als gut, jedoch nur 27 Prozent der Unternehmensentscheider halten sie für ausgezeichnet und sehr gut. Vor vier Jahren lagen diese Werte bei 39 Prozent (**Grafik 16**). Bei den mittelständischen und Großunternehmen liegt der Anteil der ausgezeichneten und sehr guten Bewertungen deutlich höher, bei 36 bzw. 35 Prozent (**Grafik 15**).

Tendenziell unzufriedener sind vor allem die Kleinst- und kleinen Unternehmen. Zur Begründung lassen sich die Auswirkungen der regulatorischen Anforderungen heranziehen. Seit Ende 2008 unterstehen die Leasing-Gesellschaft der Finanzmarktaufsicht durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und die Deutsche Bundesbank. Für die Branche gilt ein sogenanntes KWG light, d. h. eine Aufsicht ohne Solvenzaufsicht und ohne Anwendung der Großkreditregelungen. Doch auch unter der im Vergleich zum Bankensektor abgeschwächten Aufsicht muss jede Gesellschaft ein umfangreiches Pflichtenprogramm abarbeiten, bevor sie für einen potenziellen Kunden einen Leasing-Vertrag aufsetzen kann – unabhängig von der Größe des Kunden und nahezu unabhängig vom Investitionsvolumen. So verlangen die Vorschriften die förmliche Identifizierung des potenziellen Vertragspartners, die Prüfung des sogenannten wirtschaftlich Berechtigten

Grafik 14 **Eigenschaften aus Unternehmenssicht** Leasing gewährleistet Flexibilität

Frage: Trifft diese Aussage aus Ihrer persönlichen Sicht zu?



Basis: Unternehmen in Deutschland

Grafik 15

Bewertung der Leasing-Branche

Vor allem Kleinstunternehmen kritisieren die Geschwindigkeit von Angebot und Vertragserstellung

Frage: Wie bewerten Sie die Leasing-Branche in puncto Geschwindigkeit bei Angebot und Vertrag?



Anteil der ausgezeichnet/
sehr gut-Nennungen in Prozent

Basis: Unternehmen in Deutschland,
die Leasing nutzen

und ob es sich zum Beispiel um eine politisch exponierte Person handelt. Das Pflichtenprogramm benötigt Zeit und bindet Ressourcen, die für die Bearbeitung des eigentlichen Vertrags erst später zur Verfügung stehen.

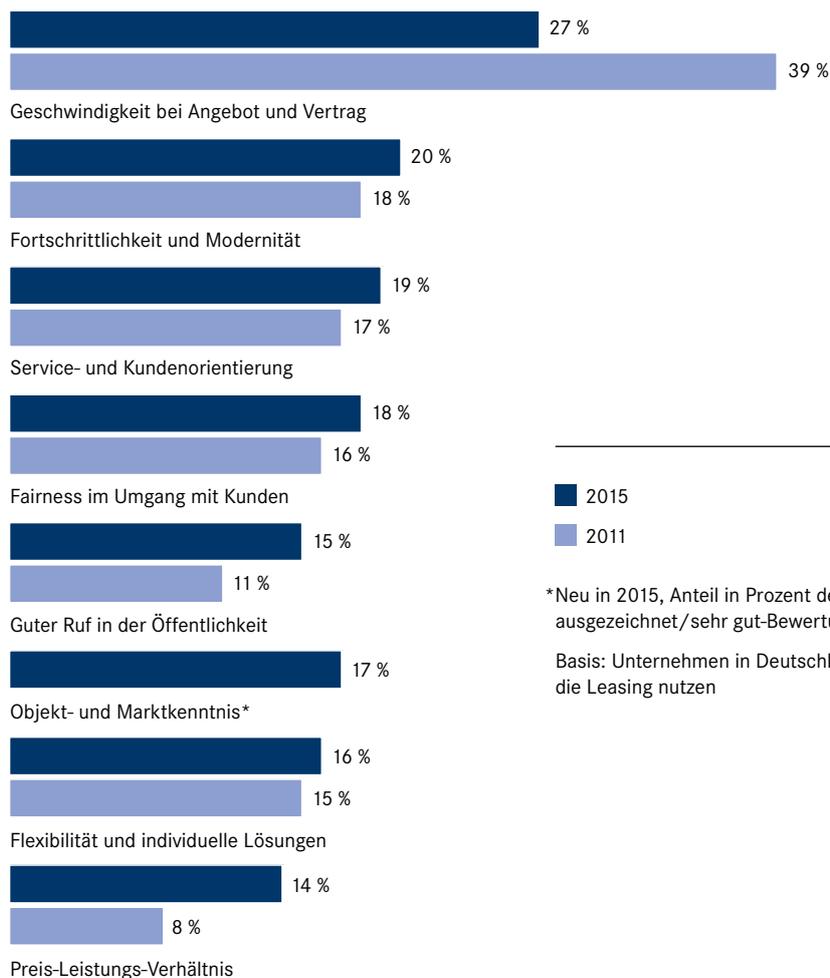
Aus wirtschaftlichen Erwägungen konzentrieren sich Leasing-Gesellschaften daher verstärkt auf Unternehmen mit höheren Investitionsvolumina. Entsprechend rückläufig ist die Einschätzung, dass Leasing sich für alle Unternehmensgrößen und Investitionsvolumina eignet. Während vor der Unterstellung der Leasing-Wirtschaft unter die Finanzmarktaufsicht noch 74 Prozent aller Unternehmensentscheider Leasing als geeignetes Instrument für alle Unternehmensgrößen erachteten, sind es inzwischen 55 Prozent. Galt Leasing noch vor zehn Jahren auch für Small Tickets als ideal, bewerten aktuell 27 Prozent Leasing für Investitionen unter 5.000 Euro als zweckmäßig (**Grafik 14**).

Grafik 16

Bewertung der Leasing-Branche

Leichte Verbesserung der meisten Imagewerte/
Kritische Bewertung der Bearbeitungsgeschwindigkeit

Frage: Wie bewerten Sie die Leasing-Branche bei ...?



■ 2015
■ 2011

*Neu in 2015, Anteil in Prozent der ausgezeichnet/sehr gut-Bewertungen

Basis: Unternehmen in Deutschland,
die Leasing nutzen

4. KUNDENZUFRIEDENHEIT

Leasing-Gesellschaften erhalten Bestnoten

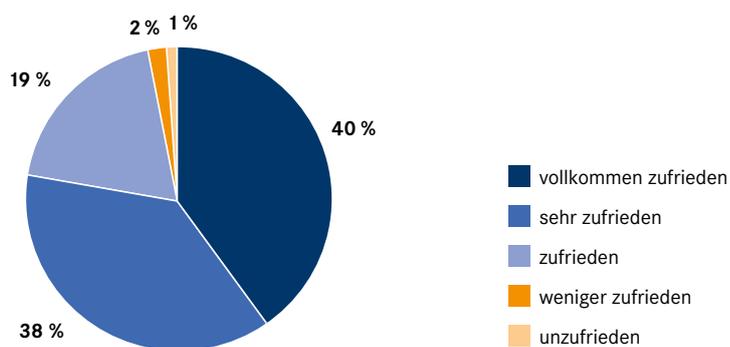
Befragt nach ihrem konkreten Leasing-Partner, vergeben Leasing-Kunden für die Zusammenarbeit wieder Bestnoten. 97 Prozent sind mit ihrer Leasing-Gesellschaft zufrieden bis vollkommen zufrieden (**Grafik 17**). Damit hat sich der schon 2011 geringe Anteil der Unzufriedenen um zwei Prozentpunkte weiter verringert. Die Zufriedenheit steigt zudem mit der Unternehmensgröße. So ist nicht ein einziges mittelständisches Unternehmen unzufrieden. Mit 99 Prozent ist die Kundenzufriedenheit im Baugewerbe im Branchenvergleich ausgesprochen hoch.

Grafik 17

Zufriedenheit mit dem Leasing-Partner

Die Gesamtzufriedenheit liegt bei 97 Prozent

Frage: Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit dieser Leasing-Gesellschaft?



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

5. RELEVANZ ZUKÜNFTIGER LEASING-LÖSUNGEN

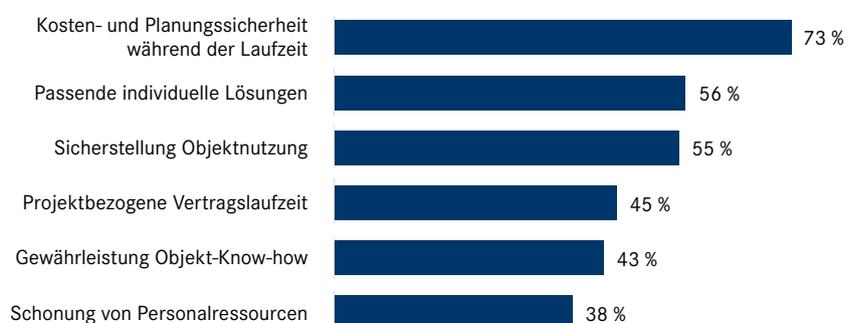
Planungssicherheit und maßgeschneiderte Angebote

Die Kosten- und Planungssicherheit bleibt auch in Zukunft ein entscheidendes Kriterium für Unternehmer, wenn es um Leasing-Lösungen geht. 73 Prozent schreiben diesem Aspekt eine zunehmende Bedeutung zu. Über die Hälfte der Unternehmensentscheider wünschen sich zudem maßgeschneiderte individuelle Lösungen sowie die Sicherstellung der Objektnutzung (**Grafik 18**). Bei den Gruppendiskussionen mit Leasing-Nutzern manifestierte sich dies in der Aussage: „Ich erwarte weniger Standards, Leasing wird immer mehr so funktionieren, dass ich sage, was ich will und die (Leasing-Gesellschaften) packen es zu einem maßgeschneiderten Paket zusammen.“ Der Wunsch, über die Nutzung des Wirtschaftsgutes auch gleich den passenden Fachmann zu bekommen, wurde ebenfalls geäußert: „Es wäre gut, wenn man eine Maschine leasen könnte, bei der ein Mitarbeiter gleich dabei ist, der sie bedienen kann und sich auskennt.“ Projektbezogene Vertragslaufzeiten und Objekt-Know-how spielen für 45 bzw. 43 Prozent in der Zukunft eine relevante Rolle. Auch hier fasst dies ein Teilnehmer der Gruppendiskussionen über künftige Erwartungen an Leasing-Gesellschaften treffend zusammen: „Das Stichwort heißt für mich zielgenaues Leasen: Dann, wenn man es braucht – auch für ein, zwei oder drei Wochen. Wie ein Abo- oder Monats-Leasing.“

Für 38 Prozent der Unternehmen bekommt die Schonung von Personalressourcen eine steigende Bedeutung. Überdurchschnittlich relevant ist dieser Leasing-Aspekt künftig für die Branchen Verkehr/Nachrichtenübermittlung (58 Prozent), Dienstleistung (46 Prozent) und Verarbeitendes Gewerbe (43 Prozent). Unternehmen der Branche Verkehr/Nachrichtenübermittlung sind darüber hinaus zunehmend an der Sicherstellung der Objektnutzung (66 Prozent), der Gewährleistung von Objekt-Know-how (59 Prozent) sowie an individuellen Leasing-Lösungen (70 Prozent) interessiert.

Grafik 18
Relevanz zukünftiger Leasing-Lösungen
 Kosten- und Planungssicherheit, individuelle Lösungen sowie die Sicherstellung der Objektnutzung gewinnen an Bedeutung

Frage: Welche der folgenden Aspekte werden in Zukunft eine wichtigere Rolle für Ihr Unternehmen spielen, wenn es um Leasing-Lösungen geht?



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen

6. EXKURS: ERGÄNZENDE SERVICELEISTUNGEN

Service beim IT-Leasing besonders beliebt

Einen Schwerpunkt legte die Marktstudie auf die Beurteilung ergänzend von den Leasing-Gesellschaften angebotener Serviceleistungen, z. B. 24-Stunden-Service, Wartung, Reparatur, Instandhaltung, Software-Updates, Schadensmanagement, Austausch, Reporting, Datenlöschung. Rund 50 Prozent der Leasing-Kunden nutzen bereits solche Leistungen - insbesondere beim Fahrzeug- und IT-Leasing. Die Offenheit gegenüber Services hängt stark vom Leasing-Objekt ab.

Weit verbreitet sind Dienstleistungen beim Leasing von IT, Büro- oder Telekommunikation. 65 Prozent der Leasing-Nutzer dieser Investitionsgüter nehmen ergänzende Services in Anspruch. An zweiter Stelle folgen Servicepakete beim Pkw-Leasing, die von jedem Dritten (33 Prozent) genutzt werden. Beim Nutzfahrzeugleasing sind es 22 Prozent, 20 Prozent beim Leasing von Flurförderfahrzeugen sowie 18 Prozent beim Leasing von Industriemaschinen und Fertigungsanlagen (**Grafik 19**). Mit zunehmender Unternehmensgröße steigt auch die Inanspruchnahme von Serviceleistungen, die in der Regel bei Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern am höchsten ist.

Ergänzende Serviceleistungen stellen für Kunden einen Mehrwert dar, wie 44 Prozent der Unternehmen in Deutschland bestätigen und auch die Unternehmensvertreter in den vorausgegangenen Gruppendiskussionen herausgestellt haben. So lautete die Aussage eines Kunden aus der Pharmabranche, der Fahrzeug-Leasing mit Services nutzt: „Ich weiß nicht, wie man das sonst leisten sollte bei 150 Mitarbeitern mit Firmenwagen. So ist alles problemlos, auch im IT-Bereich. Ein Anruf und es wird ausgetauscht, gemacht, getan.“

Sicherheitsaspekte dominieren

Die über alle Gütergruppen dominierenden Vorteile von Serviceleistungen sind Kosten- und Planungssicherheit sowie die Minimierung von Ausfallzeiten. Dies wird von fast 90 Prozent aller Nutzer gesehen. 80 Prozent sehen einen Mehrwert durch das Objekt-Know-how des spezialisierten Leasing-Anbieters. Bei der differenzierten Betrachtung wird deutlich, dass für die Nutzer von Fahrzeug-Leasing vor allem Kosten- und Planungssicherheit zählen. Bei ergänzenden Dienstleistungen rund um Computer, Drucker, Server etc. sind die Vorteile vielfältiger. Hier zählen die Objektkenntnis der Leasing-Gesellschaft und gleichermaßen die Entlastung der internen Ressourcen (**Grafiken 20 und 21**).

Grafik 19

Genutzte Serviceleistungen

Serviceleistungen bei IT, Büro- und Telekommunikation sind etabliert

Frage: Leasing-Gesellschaften bieten auch ergänzende Serviceleistungen an. (...)

Nutzen Sie Serviceleistungen für ...

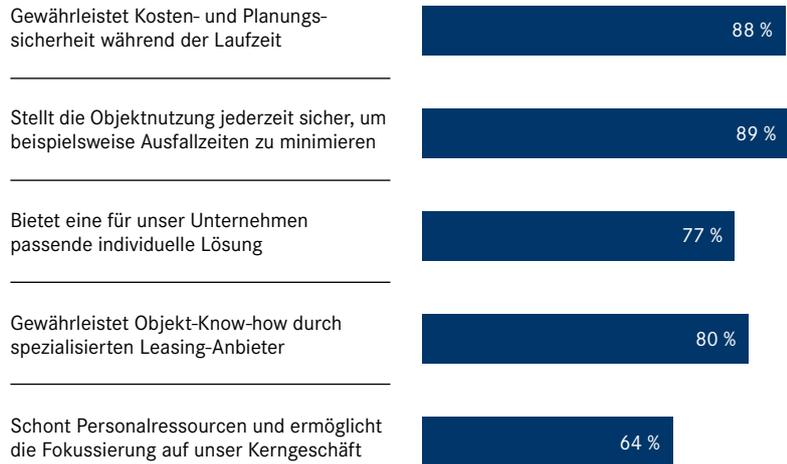


Basis: Leasing-Nutzer der jeweiligen Anlagegüter

Grafik 20
Vorteile Leasing-Angebot mit Serviceleistungen
 Sicherheitsaspekte dominieren

Frage: Warum haben Sie sich in Produkt-/Objektkategorie ... für ein Leasingangebot mit Serviceleistungen entschieden?

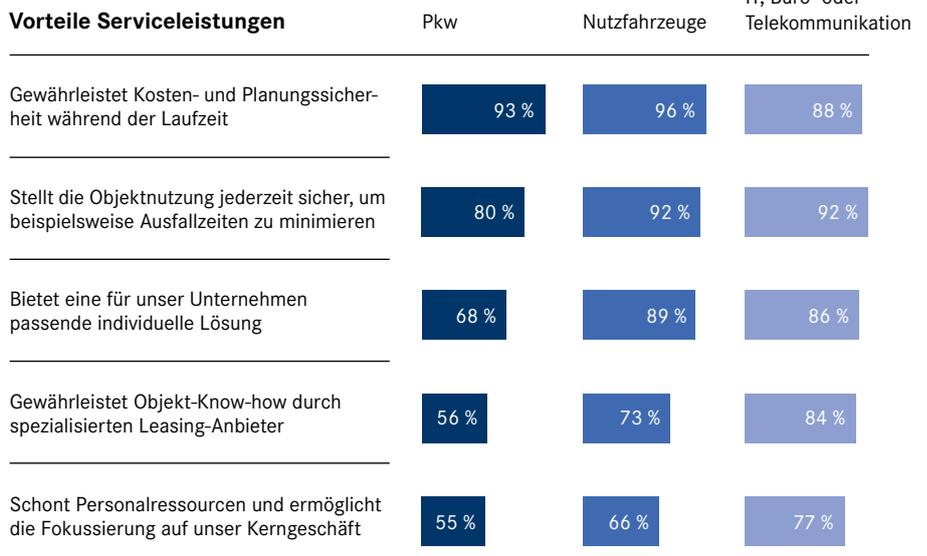
Vorteile Serviceleistungen



Basis: Unternehmen in Deutschland, die mindestens ein Anlagegut mit Serviceleistungen leasen

Grafik 21
Vorteile Leasing-Angebot mit Serviceleistungen
 Die Motive für Services im Bereich IT/Büro/TK sind vielfältig

Frage: Warum haben Sie sich in der Kategorie Pkw/Nutzfahrzeug/IT, Büro oder Telekommunikation für ein Leasing-Angebot mit Serviceleistungen entschieden?



Basis: Unternehmen, die Leasing mit Serviceleistungen nutzen

In den Gruppendiskussionen wurde deutlich, dass Serviceleistungen für Leasing-Kunden einen multifunktionalen Nutzen haben – viele Dienstleistungen werden jedoch bei bestimmten Anlagegütern inzwischen als selbstverständlich angesehen. Wenn die geleasten Güter nicht zur Ausübung des Kerngeschäfts notwendig sind, in der Regel bei Fahrzeugen und IT-Ausstattung, sind ergänzende Services eine willkommene Entlastung, um Freiräume für das Kerngeschäft zu schaffen. Besitzen sie jedoch eine Kernfunktion für die Geschäftsausübung (wie spezialisierte Maschinen und Produktionsanlagen), wird die Unterstützung durch externe Dienstleister nicht mehr als selbstverständlich angesehen. Hier stellen Unternehmensentscheider die Frage nach der Expertise. Zudem scheinen ihnen zuverlässige Bedarfsprognosen schwierig. Zum Beispiel erklärte in der Gruppendiskussion ein Leasing-Kunde aus der chemischen Industrie: „In meinem Feld kann ich vorab keine Wartungsintervalle festlegen. Da macht es keinen Sinn, mich mit starren Wartungs- und Serviceleistungen zu binden.“

Leasing-Objekte, bei deren Nutzung die Prognose für benötigte Dienstleistungen schwierig ist, gehören daher neben nicht ausreichender Kenntnis von Servicemöglichkeiten zu den Barrieren für die Inanspruchnahme von ergänzendem Service. Insbesondere kleinere Unternehmen wünschten sich hier mehr Beratung und Informationen, wie die Gruppendiskussionen gezeigt haben.

Entsprechend erwarten 63 Prozent der Leasing-Nutzer für die Zukunft mehr individuelle, am Bedarf orientierte Angebote. Mehr als jeder Dritte (38 Prozent) wünscht sich zudem, alle Leistungen aus einer Hand zu erhalten. Von Leasing-Gesellschaften weitere Dienstleistungen oder auch Expertise vermittelt zu bekommen, erhoffen sich 23 Prozent der Leasing-Kunden für die Zukunft (**Grafik 22**).

Fazit: Schub durch Beratung und Industrie 4.0

Der Trend, weitere Serviceleistungen ergänzend zur Finanzierung des Investitionsguts zu erhalten, hat sich verfestigt und fortgesetzt. Die Ausprägung ist aber noch stark von den Anlagegütern abhängig: Bei Leasing-Objekten, die nicht zum Kerngeschäft des Unternehmens zählen – wie Fahrzeuge oder IT-Ausstattung – sind sie eine willkommene Entlastung. Bei Anlagegütern, die direkt dem Geschäftszweck der Unternehmen dienen – wie speziellen Produktionsanlagen, Maschinen etc. – sehen die Unternehmensvertreter die Bedarfsanalyse als schwierig an.

Hier können die Leasing-Gesellschaften aufgrund ihrer Objektkompetenz punkten und die Kunden bei der Ermittlung unterstützen, welche Servicekomponenten über welchen Zeitraum benötigt werden. Auf diesem Feld und durch individualisierte Angebote besteht ein gutes Wachstumspotenzial für Leasing-Gesellschaften. Insbesondere Industrie 4.0 kann einen zusätzlichen Schub für ergänzende Serviceleistungen geben, da im Zuge des digitalen Produktionsprozesses der Datenaustausch die Leasing-Gesellschaften darin unterstützen kann, passgenaue Services anzubieten und den Bedarf für Dienstleistungen zu planen.

Grafik 22 **Zukünftig relevante** **Service-Angebote**

Wachstumspotenzial durch stärker individualisierte Angebote

Frage: Welche der Services werden zukünftig eine wichtige Rolle bei der Entscheidung für Leasing spielen?



Basis: Leasing-Nutzer der jeweiligen Anlagengüter

Impressum:

Leasing in Deutschland 2015

Eine Marktstudie von TNS Infratest im Auftrag des

Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e. V.

Markgrafenstraße 19
10969 Berlin

Telefon 030 20 63 37 22

Telefax 030 20 63 37 30

E-Mail: schur@leasingverband.de

www.leasingverband.de

TNS Deutschland GmbH

Technology & Financial Services

www.tns-infratest.com





**BUNDESVERBAND DEUTSCHER
LEASING-UNTERNEHMEN**

Markgrafenstraße 19
10969 Berlin

Telefon 030 20 63 37-0
Telefax 030 20 63 37-30
E-Mail bdl@leasingverband.de

www.leasingverband.de

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

www.leaseurope.org