

} Eine Marktstudie der TNS Infratest Finanzforschung.
} Im Auftrag des BDL



Leasing in Deutschland 2007

BUNDESVERBAND DEUTSCHER
LEASING-UNTERNEHMEN



Leasing in Deutschland 2007

Eine Marktstudie der TNS Infratest Finanzforschung
im Auftrag des

Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e. V.

Kommandantenstraße 80
10117 Berlin

Telefon 030 20 63 37-0
Telefax 030 20 63 37-30

bdl@leasingverband.de
www.leasingverband.de

TNS Infratest GmbH

Landsberger Str. 338
80637 München
www.tns-infratest.com

4	I. Vorwort Reinhard Gödel Präsident des BDL
5	II. Zusammenfassung
6	III. Zielsetzung und Methodik
8	IV. Ergebnisse Leasing als Entscheidungsalternative Aktuelle Leasing-Nutzung Investitionswert Leasing im Wettbewerb zu anderen Finanzierungsformen Tatsächliche Entscheidung für Leasing als Investitionsform Entwicklung des Leasing-Anteils im Unternehmen Service-Komponenten Vertriebskanal Internet
16	Leasing-Motive und -Image
22	Kundenzufriedenheit
24	Immobilien-Leasing
26	V. Anhang Auflistung der Stichprobe

I. Vorwort

Die Leasing-Branche ist mit einem Neugeschäftsvolumen von annähernd 60 Mrd. Euro (2007) der größte Investor in Deutschland. Ob Dienstwagen, LKW, Maschinen, Computer, Telekommunikation oder Software – Leasing ist für viele Unternehmen aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Seit Jahren ist Leasing der Wachstumsmotor für die deutsche Wirtschaft. Ein Viertel der Ausrüstungsinvestitionen wird inzwischen über Leasing realisiert. Insbesondere der Mittelstand schätzt die vielfältigen Vorzüge dieser Investitionsalternative. Und Leasing hat in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen.

Dies bestätigen die repräsentativen Ergebnisse der vorliegenden Marktstudie „Leasing in Deutschland 2007“, die das renommierte Marktforschungsinstitut TNS Infratest Finanzforschung im Auftrag des BDL durchgeführt hat. Es ist die dritte Untersuchung des Leasing-Marktes des Verbandes – nach 1994 und 2002. Die Einstellungen zu Leasing und den Leasing-Gesellschaften sind bei der Mehrheit der Unternehmen nochmals verbessert und sind sehr positiv. Mittlerweile ziehen 71 % aller Unternehmen Leasing als Investitionsart in Betracht. Die Neigung zum Leasing steigt signifikant mit der Größe des Unternehmens. Bei kleineren, oft inhabergeführten Firmen mit bis zu 20 Mitarbeitern herrschen noch einige Vorurteile vor. Vertreter aller Unternehmensgrößen sind sich jedoch einig, dass Leasing die bevorzugte Investitionsform ist und bei der Betrachtung der Außenfinanzierungsformen deutlich attraktiver ist als der Kredit.

Auf breiter Front hat sich seit der letzten Befragung die Priorität der Beweggründe für Leasing geändert. Im Ranking der fünf wichtigsten Motive steht nun das Argument, dass Kosten gleichmäßig und genau kalkulierbar sind, ganz oben. Auf dem zweiten Platz folgt „Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand“. Das in den beiden ersten Studien ausschlaggebende Argument „Leasing schont die Liquidität“ fiel auf Platz drei zurück.

TNS Infratest hat 1.098 Unternehmen zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing befragt. Die Ergebnisse wurden gewichtet und spiegeln die Unternehmenslandschaft in Deutschland wider. Die Studie zeigt an an wichtigen Stellen die inzwischen eingetretenen Veränderungen gegenüber den Vorläufer-Studien auf und darüber hinaus die neuen Herausforderungen, die an das Produkt und an die Branche herangetreten werden.

Die vorliegende Broschüre bietet eine Analyse der wichtigsten Themenkomplexe der Befragung. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Reinhard Gödel, Präsident des BDL

II. Zusammenfassung

1.098 Unternehmen wurden in 2007 zu ihrer Einstellung gegenüber Leasing, dem Stellenwert im Unternehmen, den Leasing-Motiven und dem Interesse an speziellen Leasing-Angeboten befragt, darunter 750 Leasing-Nehmer und etwa 350 Nicht-Nutzer. Die Ergebnisse wurden gewichtet und spiegeln die Unternehmenslandschaft in Deutschland ab 5 Mitarbeiter wider. Hier die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick:

- Leasing ist 2007 die bevorzugte Investitionsform und liegt bei Betrachtung der Außenfinanzierungsvarianten deutlich vor dem Kredit – Leasing ist trotz des positiven Kreditklimas im Vergleich zu 2002 attraktiver als Kredit.
- Leasing hat weiterhin gute Geschäftsperspektiven, besonders Großunternehmen wollen den auf Leasing entfallenden Anteil der Investitionen ausbauen – insgesamt ist jedoch eine geringere Wachstumsdynamik als noch im Jahr 2002 erkennbar.
- Kostentransparenz hat Liquiditätsschonung als wichtigstes Leasing-Motiv abgelöst. An zweiter Stelle steht das Motiv, mit Leasing die Betriebsausstattung immer auf dem neusten Stand zu halten.
- Als zukünftige Wachstumfelder der Leasing-Nutzung können EDV-Anlagen und Fertigungs- bzw. Industriemaschinen identifiziert werden – etwas rückläufig ist dagegen die Leasing-Nutzung ohne Service-Leistungen bei Kfz.
- Gut die Hälfte (55 %) der Unternehmen entscheidet sich für Serviceleistungen, wenn sie sich zwischen den beiden Varianten entscheiden müssten: a) „Für überzeugenden Service sind wir bereit, angemessene Preise zu zahlen“ b) „Für uns zählen vor allem niedrige Raten. Service spielt eine untergeordnete Rolle“.
- Image: Leasing steht aus Sicht der deutschen Unternehmen für unternehmerische Flexibilität – für Nicht-Nutzer ist Leasing immer noch vorurteilsbehaftet.
- Die Leasing-Branche wird als eine seriöse und fortschrittliche Branche gesehen, der eine gute Beratungskompetenz bescheinigt wird.
- Die Leasing-Gesellschaften werden insgesamt gut beurteilt: Schnelle, unbürokratische Vertragsabwicklung und die Bereitschaft, auf individuelle Kundenwünsche einzugehen, sind zwei wichtige und für Zufriedenheit relevante Stärken der Leasing-Anbieter.
- Gerade das Bemühen um Individualität ist ein gutes Unterscheidungskriterium zu anderen Finanzdienstleistern.

III. Zielsetzung und Methodik

Die vorliegende Marktstudie, die das renommierte Marktforschungsinstitut TNS Infratest Finanzforschung im Auftrag des BDL durchgeführt hat, analysiert den gewerblichen Leasing-Markt in Deutschland. Primäres Ziel war es, die Denkweise bei Nutzung, Einstellungen und Erwartungen gegenüber der Investitionsform Leasing 2007 sichtbar zu machen und eventuelle Änderungen zu früheren Studienergebnissen zu untersuchen. Im Fokus der Studie „Leasing in Deutschland 2007“ steht die Wiederholung von Fragestellungen der vergangenen beiden Studien (1994, 2002) zu:

- Art und Häufigkeit der Leasing-Nutzung
- Motivation und Stellenwert der Investitionsform Leasing in Unternehmen in Deutschland
- Umfang der Nutzung und zukünftiger Stellenwert des Leasing aus Unternehmenssicht
- Leasing-Motive und Leasing im Vergleich zu Investitionskredit, Mietkauf und Herstellermiete
- Interesse an speziellen Serviceangeboten

An aktuellen Themen kamen hinzu:

- Leasing-Image
- sowie eine erweiterte Untersuchung zum Immobilien-Leasing

Das Konzept der Studie wurde inhaltlich und methodisch überarbeitet und ist repräsentativ für die deutsche Unternehmenslandschaft. Die Stichprobe umfasste 1.098 Unternehmen (darunter rund 750 Leasing-Nutzer). Der Adresspool für die Befragung entstammt der Markus CD des Verbands der Vereine Creditreform. Der quantitativen Studie wurde eine qualitative Untersuchung mit Leasing-Nehmern in Form von Gruppendiskussionen vorgeschaltet, um Themenkomplexe und Fragestellungen des Fragebogens zu optimieren.

Grafik 1 und 2 Die Grundgesamtheit stellen die Unternehmen in Deutschland ab fünf Mitarbeitern dar. Die befragten Zielpersonen sind dabei Finanzentscheider in 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. Es wurden rund 750 Leasing-Nutzer aus den Branchen

- Verarbeitendes Gewerbe,
- Bau,
- Handel,
- Verkehr/Nachrichtenübermittlung
- und Dienstleister (ohne Banken) befragt.

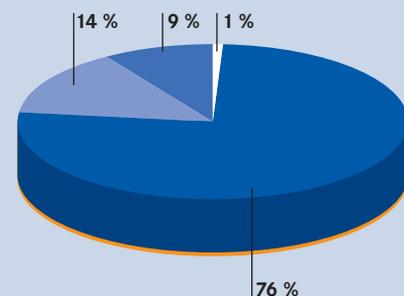
Die Dienstleistungsbranche wurde wegen ihrer wachsenden Bedeutung erstmals detaillierter untersucht und in die Sektoren Gesundheit, Entsorgung, Beratung/IT und Sonstiges unterteilt. Zudem wurde bei der Stichprobenziehung eine der Grundgesamtheit entsprechende regionale Verteilung berücksichtigt.

Die Interviewdauer lag für Nutzer durchschnittlich bei 26 Minuten, für Nicht-Nutzer bei zehn Minuten. Der Fragebogen umfasste 29 geschlossene und offene Fragen. Befragungszeitraum war der 7. März bis 5. April 2007. Die im Folgenden abgebildeten Ergebnisse der disproportionalen Stichprobe wurden gewichtet und sind daher repräsentativ für die Unternehmenslandschaft in Deutschland. Nicht gewichtete Ergebnisse, die einen Vergleich zu den bisherigen – ungewichteten – Studien ermöglichen, wurden entsprechend gekennzeichnet.

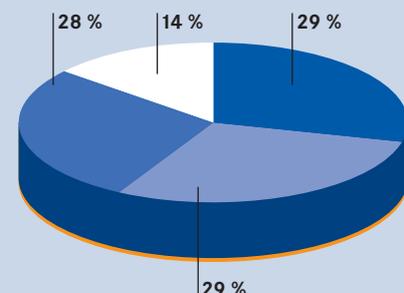
- kleine Unternehmen (5-20 Beschäftigte)
- mittlere Unternehmen (21-49 Beschäftigte)
- große Unternehmen (50-499 Beschäftigte)
- sehr große Unternehmen (500-10.000 Beschäftigte)

Grafik 1
Die deutsche Unternehmenslandschaft
Die Mehrzahl der Unternehmen in Deutschland sind Kleinbetriebe

Unternehmensgröße



Grafik 2
Disproportionale Stichprobe
Ergebnisdarstellungen beziehen sich auf gewichtete Daten

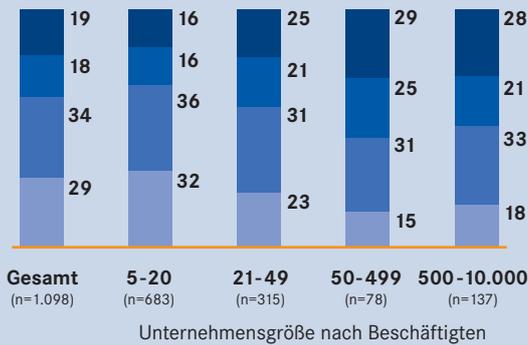


Quelle: Statistisches Bundesamt 2007, TNS Infratest, BDL 2007

**Einbezug von Leasing als Investitionsform
Leasing wird ... in Betracht gezogen**

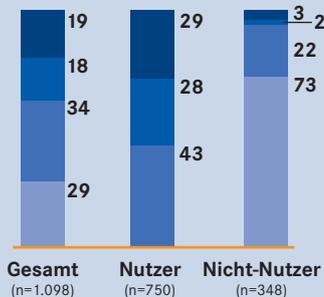
- immer
- häufig
- sporadisch
- nie

Grafik 3
Leasing für größere Unternehmen besonders attraktiv



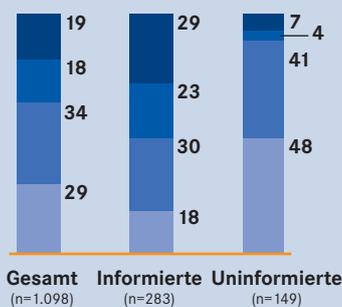
Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Grafik 4
Knapp ¼ ziehen Leasing bei Investitionsentscheidungen in Betracht



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Grafik 5
Informierte ziehen Leasing eher in Erwägung als Uninformierte



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

IV. Ergebnisse Leasing als Entscheidungsalternative

Aktuelle Leasing-Nutzung

Grafik 3 Wenn eine Investition geplant wird, ziehen fast drei Viertel (71 %) der Unternehmen in Deutschland Leasing selbstverständlich in Betracht. Überdurchschnittlich hoch ist der Zuspruch bei Dienstleistungsunternehmen aus den Sektoren Entsorgung (82 %) und Beratung/IT (79 %). Der Zuspruch steigt mit der Größe des Unternehmens. So ziehen über 85 % der Firmen ab 50 Mitarbeitern Leasing in Betracht. Diese Firmen haben in der Regel einen größeren Investitionsbedarf (Fuhrpark, Maschinen, IT etc.) als kleine Firmen, sie leasen daher entsprechend häufiger. Kleine Unternehmen unter 20 Mitarbeitern sind häufig inhabergeführt. Hier hat der Eigentumsgedanke noch das größere Gewicht.

Grafik 4 Wer derzeit kein aktiver Leasing-Nutzer ist, bezieht Leasing generell deutlich seltener bei seinen Investitionsüberlegungen ein als aktive Nutzer. Drei Viertel der Nicht-Nutzer denken bei einer Investition sogar nie an Leasing. Dies sind nicht alles Leasing-Ablehner „aus Prinzip“. Ein Großteil von ihnen denkt nicht an Leasing, weil er über diese Investitionsalternative nicht ausreichend informiert ist.

Grafik 5 Einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Realisierung der Investition hat der Grad der Informiertheit. Finanzentscheider, die sich als „gut über Leasing informiert“ bezeichnen, ziehen Leasing häufiger in ihre Überlegungen ein als Uninformierte. Bei den informierten Unternehmen schmilzt der Anteil der Leasing-Verweigerer (d. h. derjenigen, die Leasing „nie“ in Betracht ziehen) auf 18 %, wohingegen fast die Hälfte (48 %) der uninformierten Finanzentscheider „nie“ an Leasing denkt und 41 % nur „sporadisch“.

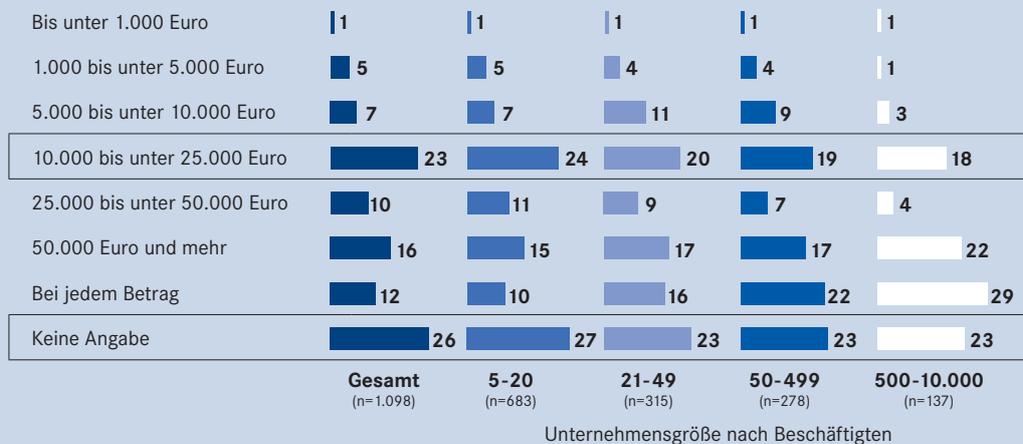
Investitionswert

Grafik 6 Galten jahrzehntelang hochpreisige Objekte wie Kfz, Maschinen oder IT-Ausrüstungen als klassische Leasing-Objekte, so wird inzwischen schon bei Gütern von kleinerem Investitionswert an Leasing gedacht. Rund 13 % aller Finanzentscheider können sich Leasing schon bei einem Investitionswert unter 10.000 Euro vorstellen. Fast jeder Vierte (23 %) findet jedoch einen Wert zwischen 10.000 und 25.000 Euro am attraktivsten für Leasing. Für mittelgroße Unternehmen (20 bis 500 Beschäftigte) sind Investitionsgüter unter 10.000 Euro überdurchschnittlich attraktiv. Gerade die Großunternehmen (29 %) und größeren Firmen (22 %) können sich Leasing bei jedem Betrag gut vorstellen.

Der große Anteil derjenigen Firmen, die über den Investitionswert für Leasing keine Angabe machen (26 %), zeigt allerdings, dass nicht die Investitionsform im Vordergrund steht, sondern das Objekt. Erst nach der Auswahl des Investitionsgutes wird über die Finanzierung nachgedacht. Der umgekehrte Weg ist für viele zu abstrakt.

Grafik 6
Investitionswert, ab dem Leasing interessant wird

Leasing erscheint den meisten bei einem Investitionswert von 10.000 bis unter 25.000 Euro besonders attraktiv



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

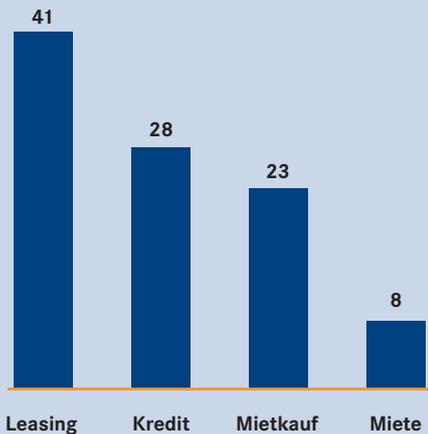
Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Grafik 7

Bevorzugte Finanzierungsform der Unternehmen

Leasing ist deutlich attraktiver als Kredit, Mietkauf oder Miete

Rangfolge: Welche Investitionsform wird bei einer Investition in Höhe von 25.000 Euro als Erstes in Betracht gezogen?



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Leasing im Wettbewerb zu anderen Finanzierungsformen

Grafik 7 Keine außenfinanzierte Finanzierungsalternative ist so attraktiv wie Leasing. Wenn Unternehmen konkret nach ihren Überlegungen bei einer Investition in Höhe von rund 25.000 Euro gefragt werden, so ziehen 41 % und damit eindeutig die meisten Firmen als Erstes Leasing als Investitionsform in Betracht. Mit deutlichem Abstand folgt erst der Kredit (28 %).

Grafik 8 Leasing ist für alle Unternehmensgrößen attraktiver als Kredit und Mietkauf. Die Unternehmen ab 50 Mitarbeitern ziehen Leasing jedoch überdurchschnittlich stark als Erstes in Betracht. Kleinere Unternehmen unter 20 Mitarbeitern sind häufig inhabergeführt. Hier herrschen noch Vorurteile gegenüber Leasing, da Eigentum für diese Unternehmen eine entscheidende Rolle spielt. Dieses Potenzial kann für Leasing noch gewonnen werden. Interessant ist die hohe Beliebtheit des Mietkaufes im Vergleich zum Kredit. Die Miete liegt konkurrenzlos an letzter Stelle, sie wird kaum als Alternative wahrgenommen.

Grafik 9 Die Beliebtheit von Leasing hat – trotz des positiven Kreditklimas in den vergangenen Jahren – weiter zugenommen. Im Vergleich zu 2002 stieg der Zuspruch für Leasing um drei Prozentpunkte, während der Kredit um fünf Punkte zurückging.

Tatsächliche Entscheidung für Leasing als Investitionsform

Grafik 10 Fast drei Viertel der Unternehmen ziehen bei Investitionsentscheidungen Leasing in Betracht. Wie häufig kommt es nun tatsächlich zu einem Vertragsabschluss? Von den 72 %, die Leasing in Betracht ziehen, schließen 86 % dann auch einen Leasing-Vertrag ab. D. h. dass sich letztlich 61 % aller Finanzentscheider für Leasing entscheiden; 27 % sogar „häufig“ und „immer“, sie gelten als so genannte Heavy-User-Gruppe. Von den aktuellen Leasing-Nutzern ist fast jeder zweite ein Heavy-User (44 %).

Grafik 11 Aufgrund der Bandbreite der Investitionsgüter entscheiden sich größere Firmen überdurchschnittlich oft für Leasing, kleine Firmen (5-20 Beschäftigte) wegen des geringeren Investitionsbedarfs dagegen eher unterdurchschnittlich. Die Ergebnisse lassen keinen Rückschluss auf das Investitionsvolumen zu. Es wurde nur die Einschaltungsquote gefragt.

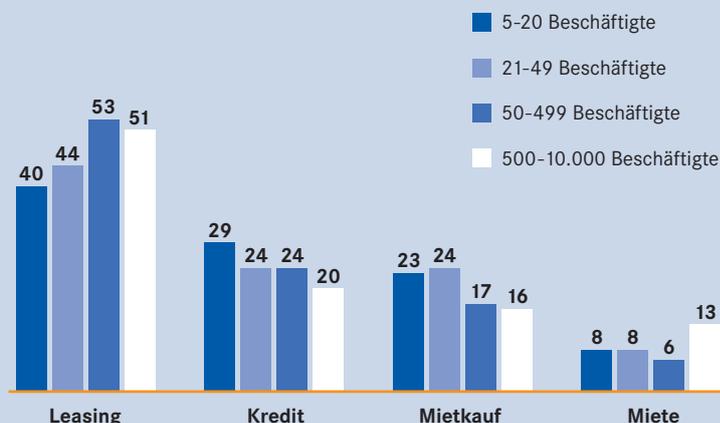
Grafik 10 Auch hier besteht wieder der Zusammenhang zwischen der Informiertheit und der Entscheidung für Leasing. Von den informierten Finanzentscheidern schließen 71 % einen Leasing-Vertrag ab, 41 % sind Heavy-User. Der Anteil der Heavy-User bei den Uninformierten beträgt nur 3 %.

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Für Unternehmen der verschiedenen Branchen ergeben sich keine nennenswerten Unterschiede. Lediglich die Branche Verkehr/Nachrichtentechnik ist nicht so stark leasingaffin, hier beträgt der Anteil der Leasing-Ablehner 56 %.

Grafik 8
Bevorzugte Investitionsform der Unternehmen
 Leasing für alle Unternehmensgrößen attraktiver als Kredit, Mietkauf oder Miete

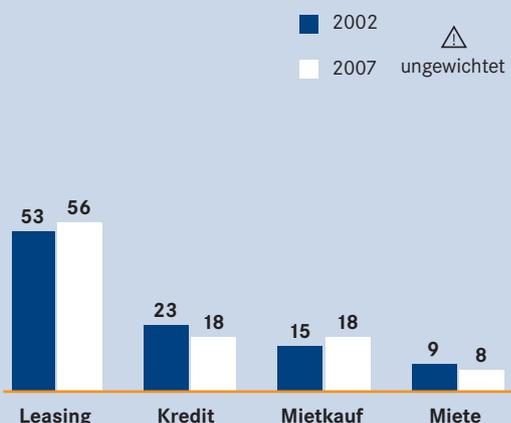
Rangfolge: Welche Investitionsform wird bei einer Investition in Höhe von 25.000 Euro in Betracht gezogen?



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Grafik 9
Bevorzugte Investitionsform der Unternehmen
 Attraktivität von Leasing nimmt zu

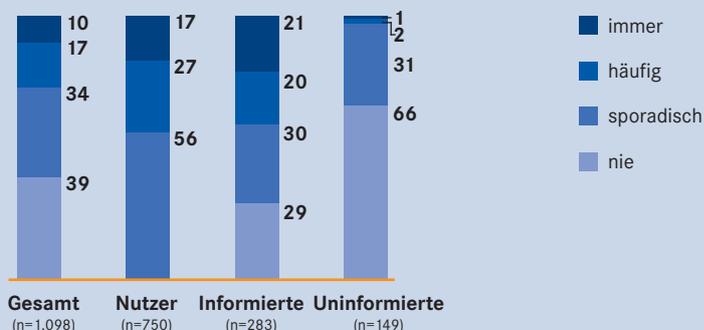
Als Erstes in Betracht gezogene Investitionsform



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing derzeit nutzen (2002: n=581; 2007: n=706); Angaben in %

Grafik 10
Tatsächliche Entscheidung für Leasing als Investitionsform
 Gut 60 % der Unternehmen entscheiden sich für Leasing

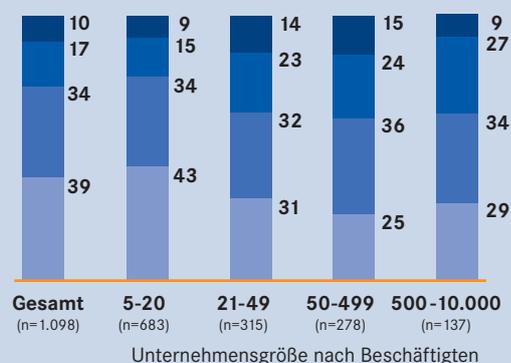
Entscheidung für Leasing



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Grafik 11
Tatsächliche Entscheidung für Leasing als Investitionsform
 Kleine Unternehmen entscheiden sich seltener für Leasing

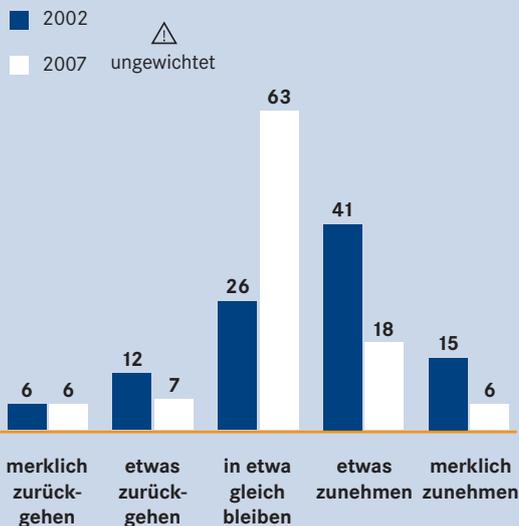
Entscheidung für Leasing



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Grafik 12
Entwicklung des Leasing-Anteils an Investitionen im Unternehmen in 3 Jahren
 2/3 der Unternehmen wollen ihren Leasing-Anteil konstant halten



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing derzeit nutzen (2002: n=581; 2007: n=662); Angaben in %

Entwicklung des Leasing-Anteils im Unternehmen

Grafik 12 Leasing hat weiterhin gute Geschäftsperspektiven, besonders Großunternehmen wollen ihren auf Leasing entfallenden Anteil ausbauen – insgesamt ist jedoch eine geringere Wachstumsdynamik als noch im Jahr 2002 erkennbar. Leasing kann weiterhin auf ein dynamisches Wachstum vertrauen, jedoch etwas verlangsamt. Dies verwundert nicht, da die Leasing-Quote in einigen Gütergruppen bereits sehr hoch ist. Allein im Fahrzeugbereich, der stärksten Gütergruppe in der Leasing-Branche, beträgt die Quote (gemessen am Investitionsvolumen) schon über 60 %.

Grafik 13 Auf die Frage, ob die Unternehmen in den nächsten drei Jahren ihren Leasing-Anteil ausbauen oder einschränken werden, plant fast jeder vierte Betrieb (23 %), Leasing verstärkt zu nutzen. Ein Rückschluss auf das damit zusammenhängende Volumen ist jedoch nicht möglich. Vielmehr ging es bei der Fragestellung nur um Ermittlung der so genannten Einschaltungsquote, also ob ein Unternehmen least oder nicht. Über die Hälfte der Firmen (59 %) will die Nutzungsintensität beibehalten und lediglich bei 18 % wird der Anteil zurückgehen. Vor allem die großen Unternehmen wollen ihren Leasing-Anteil erweitern (rund 30 %) und 61 % die Nutzungsintensität fortführen.

Signifikante Unterschiede in den einzelnen Branchen gibt es nicht. Bei der Betrachtung der einzelnen Branchen will Beratung/IT in Zukunft verstärkt leasen. Dies sagen 38 % der Firmen aus dieser Branche, 50 % wollen ihre Nutzungsintensität nicht verändern und nur 12 % sprechen von einem Rückgang. Der Anteil derjenigen Firmen in der Gesundheitsbranche, die ihren Anteil verringern werden, erscheint mit 28 % relativ hoch. Dies lässt sich jedoch dadurch erklären, dass zu diesem Bereich primär Arztpraxen befragt wurden, deren Investitionsbedarf begrenzt ist. Da Kliniken in der Regel in kommunaler Trägerschaft sind, wurden sie in der Befragung nicht erfasst.

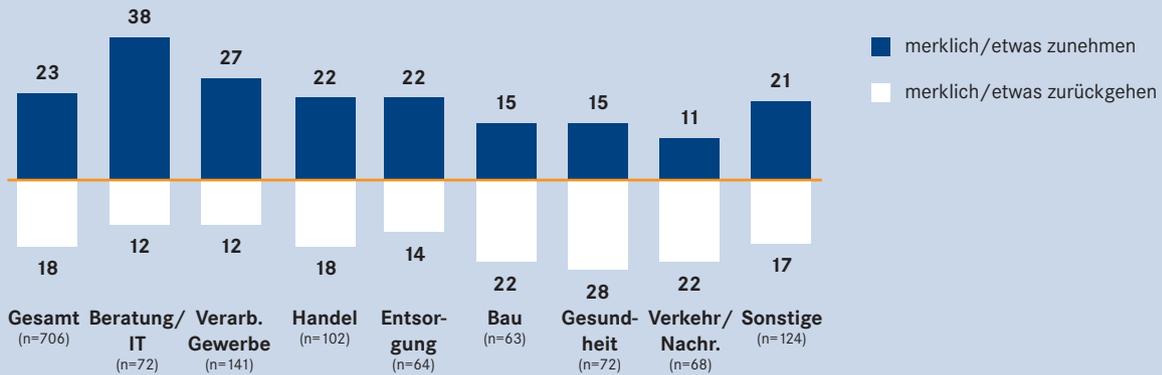
Grafik 14 Gefragt nach der künftigen Nutzung ausgewählter Anlagegüter können EDV-Anlagen sowie Fertigungs- und Industriemaschinen als Wachstumsfelder identifiziert werden. Etwas rückläufig ist dagegen bei Fahrzeugen die Leasing-Nutzung ohne Service-Leistungen. Insgesamt wird sichtbar, dass die Leasing-Planung der Unternehmen gerade im Fahrzeugbereich die Nutzung zusätzlicher Service-Komponenten vorsieht. Hier findet eine Verdrängung des Leasing ohne Service zu Verträgen mit Service-Bestandteilen statt. Insgesamt ist die Leasing-Quote bei Fahrzeugen bereits relativ hoch (ca. 60 %), während bei Maschinen noch Potenzial vorhanden ist (Quote liegt bei rund 12 %).

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Grafik 13
Entwicklung des Leasing-Anteils im Unternehmen

Knapp ¼ der Firmen plant, Leasing auszubauen

Entwicklung des Leasing-Anteils an Investitionen in den nächsten 3 Jahren

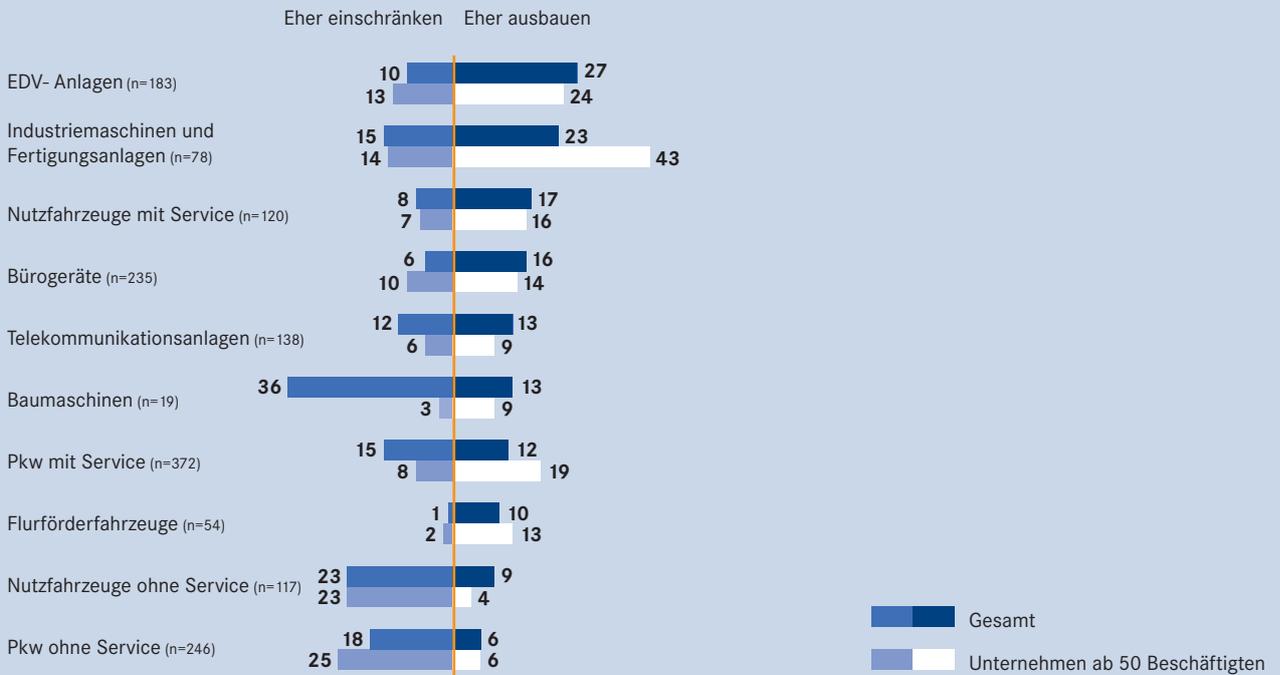


Basis: 706 Unternehmen in Deutschland, die Leasing genutzt hatten; Angaben in %

Grafik 14
Nutzungsintention von Leasing bei ausgewählten Anlagegütern

Wachstumspotenzial liegt zukünftig eher bei EDV/Fertigung

Zukünftige Leasing-Planung der Nutzer und Focus auf größere Unternehmen



Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing genutzt hatten (n=636); Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

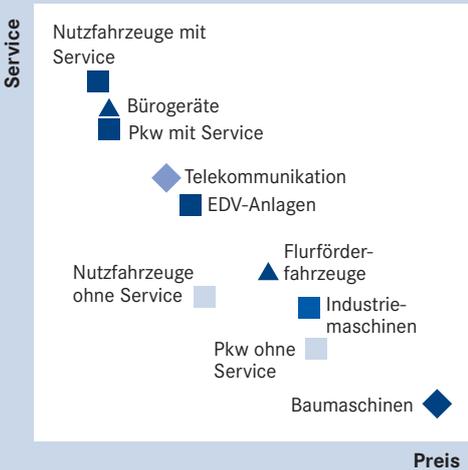
Grafik 15

Service und Preis

Entscheidungsfindung im Unternehmen:

Service: „Für überzeugenden Service sind wir bereit, angemessene Preise zu bezahlen“

Preis: „Für uns zählen vor allem niedrige Raten. Service spielt eine untergeordnete Rolle“



Basis: 750 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen (nach Objektgruppen); Angaben in %

Service-Komponenten

Leasing ist für viele Unternehmen längst mehr als reine Finanzierung. Besonders interessant wird Leasing in Verbindung mit zusätzlichen Dienst- und Serviceleistungen. Von Wartungsarbeiten über Versicherungsleistungen bis hin zum Full-Service-Vertrag (z. B. im Pkw-Flotten-Leasing und im EDV-Leasing) reicht die Palette im Mobilien-Leasing. Auch im Immobilien-Leasing sind Planungs-, Projektsteuerungs- und Facility-Managementleistungen gang und gäbe. Für die Unternehmen bietet Leasing somit die Möglichkeit zum umfassenden Outsourcing vieler mit der Investition verbundenen Funktionen. Es verwundert daher nicht, dass gut die Hälfte (55 %) der Firmen Serviceleistungen wählt, müssten sie sich zwischen den folgenden beiden Varianten entscheiden: a) „Für überzeugenden Service sind wir bereit, angemessene Preise zu zahlen“ b) „Für uns zählen vor allem niedrige Raten. Service spielt eine untergeordnete Rolle“.

Überdurchschnittlich serviceorientiert zeigen sich dabei die Branchen Verkehr/Nachrichtentechnik und Dienstleistungen. Preisorientiertere Branchen sind dagegen der Handel und das Verarbeitende Gewerbe.

Grafik 15 Nutzer von Maschinen sind z. B. preisorientierter als Nutzer von Bürogeräten oder EDV. Dies ist jedoch auch ein Spiegelbild des Angebots, da beim Maschinen-Leasing Servicekomponenten noch nicht so selbstverständlich zum Angebot gehören wie beim IT-Leasing. Auch für viele andere Leasing-Güter sind Serviceangebote noch nicht alltäglich. Was beim Dienstwagen gut eingeführt ist, wird erst allmählich z. B. beim Nutzfahrzeug-Leasing nachgefragt. Hier wird sich in Zukunft das Angebot an Servicekomponenten erhöhen.

Auch die Unternehmensgröße hat einen Einfluss auf die Entscheidung: Bei Unternehmen von 20-50 Mitarbeitern entscheiden sich 62 % für die Serviceleistungen. Dieser Zuspruch nimmt jedoch bei größeren Unternehmen wieder ab. Dort dürften in der Regel eigene Servicekräfte vorhanden sein, so dass weniger auf externen Service zurückgegriffen werden muss, z. B. unterhalten diese Unternehmen eigene Helpdesk-Abteilungen für IT-Probleme oder Werkstätten für Maschinen- und Fuhrparks.

Die am häufigsten genutzten Serviceleistungen im Rahmen von Leasing-Verträgen sind über alle Objektgruppen Wartungs- sowie Reparaturverträge. Bei Maschinen folgen Versicherungen und Schadensabwicklung, bei Fahrzeugen der Kundendienst.

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Vertriebskanal Internet

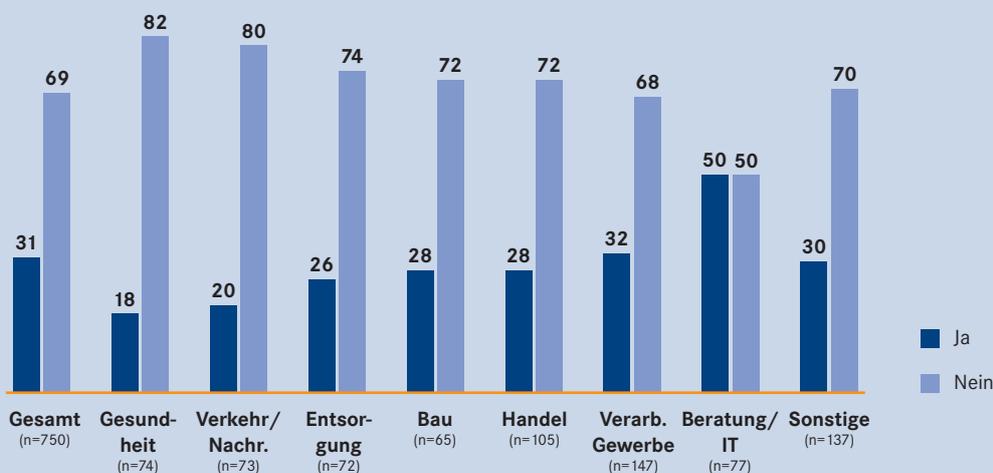
Rund 80 %* aller Firmen verfügen über einen Internetzugang. Am häufigsten nutzen die Unternehmen das World Wide Web, um Bank- und Finanzdienstleistungen in Anspruch zu nehmen (75 %). Zudem kommunizierten 42 % der Unternehmen auf elektronischem Wege mit der öffentlichen Verwaltung, etwa um Formulare herunter zu laden oder ausgefüllte Formulare zurückzusenden. Der Vertriebskanal Internet spielt für deutsche Unternehmen hingegen noch eine untergeordnete Rolle. Laut Statistischem Bundesamt bestellten im Jahr 2005 37 % aller Unternehmen Waren und Dienstleistungen über das Internet (rund 4 % weniger als 2004). Von den im Jahr 2005 erzielten Umsätzen entfielen nur 3,8 % auf Internetverkäufe.

Grafik 16 Bedenkt man, dass unter die Interneteinkäufe vor allem Bestellungen geringwertiger Güter (z. B. Büromaterial) fallen, so ist der Anteil von 31 % Firmen, die sich Leasing-Abschlüsse im Internet zumindest theoretisch vorstellen können, nicht unerheblich. Jedoch ist auch 2007 für die Mehrheit der Unternehmen ein Abschluss eines Leasing-Vertrages ausschließlich über das Internet ohne Beratung nicht denkbar.

Besonders aufgeschlossen zeigt sich der Sektor IT/Beratung. Hier kann es sich jeder zweite Finanzentscheider vorstellen, Leasing-Verträge übers Internet abzuschließen. Unternehmen des Sektors Gesundheit und der Branche Verkehr/Nachrichtenübermittlung zeigen sich dagegen vorwiegend skeptisch, hier stehen nur 18 bzw. 20 % dem E-Leasing aufgeschlossen gegenüber.

* Alle Angaben entnommen aus: Statistisches Bundesamt: TKI in Unternehmen. E-Commerce in Unternehmen – Ergebnisse für das Jahr 2005, Wiesbaden 2007

Grafik 16
Der Leasing-Vertrag im Internet
 Beratung/IT-Branche ist für Vertragsschluss im Internet am offensten
Leasing-Verträge über das Internet vorstellbar



Basis: 750 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen; Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

IV. Ergebnisse

Leasing-Motive und -Image

Grafik 17 Über viele Jahre war die Liquiditätsschonung das ausschlaggebende Argument für Leasing. Inzwischen hat die Kostentransparenz die Liquiditätsschonung als wichtigstes Leasing-Motiv abgelöst und auf Platz 3 des Motiv-Rankings verdrängt. Die feststehenden Leasing-Zahlungen bilden für das Unternehmen eine sichere Kalkulationsgrundlage für die gesamte Vertragsdauer und reduzieren damit die Planungsunsicherheit auf der Kostenseite. Die feste Kalkulationsgrundlage bleibt auch bei Vereinbarung degressiver, progressiver oder nutzungsabhängiger Leasing-Raten bestehen. Fast 60 % der Unternehmen messen diesem Argument eine sehr hohe Bedeutung zu.

Grafik 18 Immer wichtiger wird das Kriterium, mit Leasing die Betriebsausstattung stets auf dem neuesten Stand zu halten. Dieses Argument wurde verstärkt in den Gruppendiskussionen laut und deshalb erstmals 2007 in die Befragung aufgenommen. Im Ranking der Motive schaffte es mit 52 % auf Anhieb den zweiten Platz. Wie insbesondere im IT-Bereich augenfällig ist, verlaufen technische Trends immer rasanter und unkalkulierbarer, die Innovationszyklen werden kürzer. Da bei erlasskonformen Leasing-Verträgen die Leasing-Dauer kürzer ist als die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer, kann das Überalterungsrisiko von Investitionsgütern gemindert und möglichen Finanzrisiken entgegengewirkt werden. Dieses Argument ist vor allem für Unternehmen ab 50 Mitarbeitern ausschlaggebend (58 %) und steht nur knapp hinter dem Argument der kalkulierbaren Kosten (59 %).

Das Motiv der Flexibilität hat in den früheren Befragungen nur eine untergeordnete Rolle gespielt und gehört nun zu den fünf wichtigsten Motiven für Leasing (mit 44 % auf Platz 4). Die Laufzeit des Leasing-Vertrages, die Höhe der Leasing-Raten und gegebenenfalls die Höhe des Restwertes am Ende der Laufzeit können an Bedürfnisse der Kunden angepasst werden. Bei Großunternehmen ab 500 Mitarbeitern ist die Bedeutung noch höher (Platz 3).

Die gute konjunkturelle Lage während der Befragung schlägt sich im Argument „Investitionen sind trotz geringem Investitionsbudget möglich“ nieder. Dieses Motiv stand in den beiden Studien von 1994 und 2002 auf Platz 3 und ist nun auf Platz 8 gerutscht. Aufgrund der guten gesamtwirtschaftlichen Lage sind die Investitionsbudgets größer als in den Vorjahren. Gleiches gilt für das Argument, dass durch Leasing die Bankkreditlinie erhalten bleibt. Bisher auf Platz 4 ist es 2007 aus den TOP 5 heraus gefallen und steht aktuell auf Platz 6.

Grafik 17
Gründe für die Leasing-Nutzung

Die Bedeutung von Liquidität hat sich zu den Kosten verschoben

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

Basis: Unternehmen in Deutschland, die Leasing derzeit nutzen (1994: n=331; 2002: n=581; 2007: n=706); Angaben in %

Grafik 18
Gründe für die Leasing-Nutzung

Die genaue Kalkulierbarkeit der Kosten ist wichtigster Aspekt

Wie wichtig ist ...



Basis: 750 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen; Angaben in %

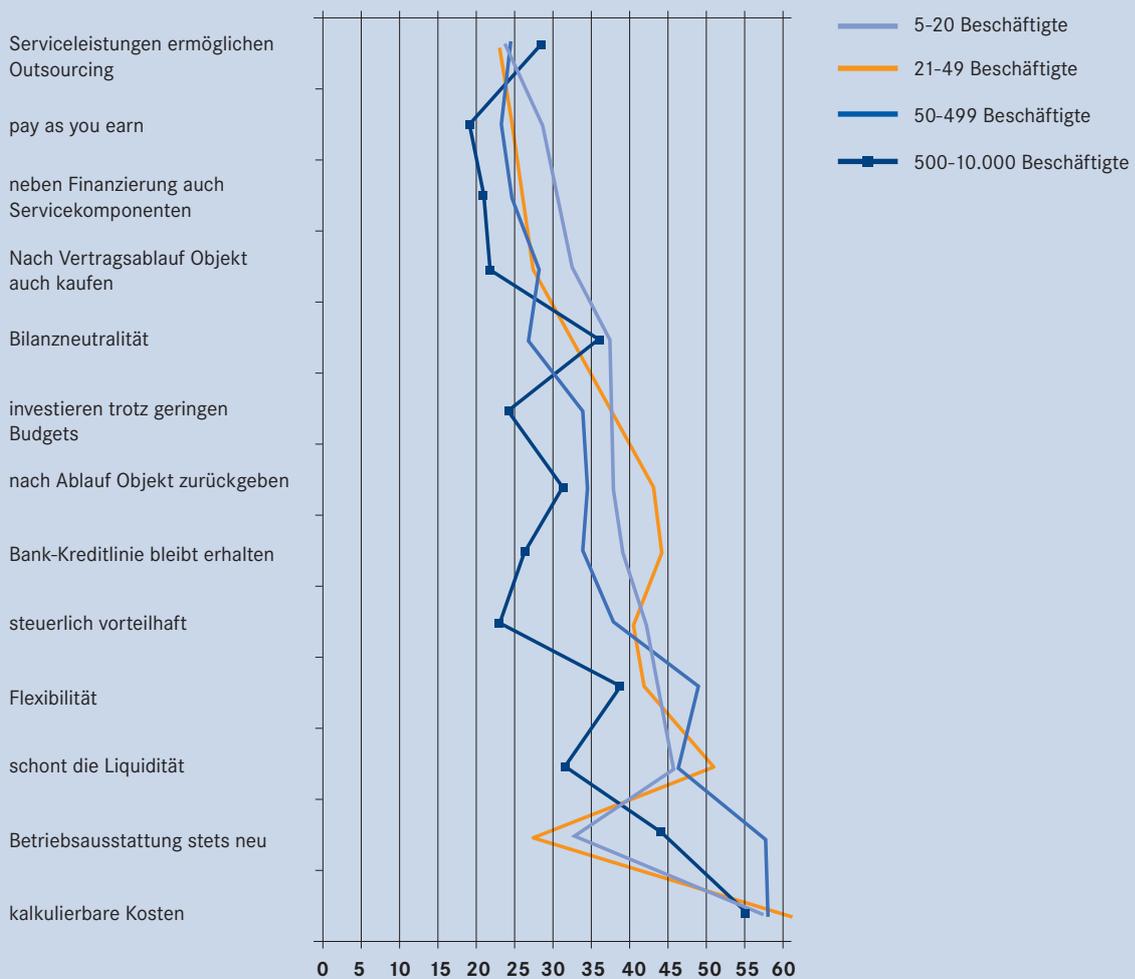
Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Die steuerliche Vorteilhaftigkeit des Leasing wurde von 42 % als „sehr wichtig“ bzw. „äußerst wichtig“ gesehen. Leasing-Raten sind als Betriebsausgaben steuerlich sofort voll abzugsfähig. Das Thema Bilanzneutralität gehörte in den früheren Studien zu den wichtigeren Argumenten für die Leasing-Nutzung. Investition und Finanzierung laufen beim Leasing außerhalb der Bilanz, womit die Bilanzkennzahlen, insbesondere der Verschuldungsgrad als wichtiger Einflussfaktor bei der Bonitätsbeurteilung, nicht berührt werden und der Kreditspielraum erhalten bleibt. 2002 stand es im Ranking der Motive für Leasing auf Platz 6. Fünf Jahre später hat dieses Argument an Bedeutung verloren. Nur noch gut ein Drittel der Unternehmen erachtet 2007 die Bilanzneutralität als überdurchschnittlich wichtig. Damit ist es im Ranking auf Platz 9 zurückgefallen, bei Unternehmen mit 50-499 Mitarbeitern sogar auf Platz 10. Lediglich bei den Großunternehmen steht das Argument auf dem vierten Platz.

Die Nachfrage der Unternehmen nach Serviceleistungen der Leasing-Gesellschaft, die neben der reinen Beschaffung und Finanzierung des Leasing-Objekts erbracht werden, ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen – auch wenn sie als Motiv noch auf den hinteren Ranking-Plätzen steht. Zitate aus der Gruppendiskussion: „Gerade beim Flottenmanagement ist Leasen mit Full-Service sehr viel günstiger.“, „Die Leasing-Gesellschaft verwaltet unseren kompletten Fuhrpark und macht die ganzen statistischen Auswertungen.“ Durch Übernahme bestimmter mit dem Objekt in Zusammenhang stehender Nebenleistungen wie z. B. Wartungs-, Versicherungs-, Verwaltungsaufgaben etc. lassen sich betriebliche Nebenfunktionen auslagern, was zu Kostenersparnissen beim Leasing-Nehmer führen kann. Zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen werden voraussichtlich die Themen Entsorgung und Recycling von Investitionsgütern. Da viele Leasing-Nehmer nach Ablauf des Leasing-Vertrages an einem neuen Vertrag und Austausch der Objekte interessiert sind, wird auch das Risiko der Verwertung, der fachgerechten Entsorgung oder des Recyclings wichtiger. Kunden werden verstärkt entsprechende Dienstleistungen wie z. B. die Deinstallation, Logistik, Datensicherheit/-löschung und Entsorgung nachfragen.

Grafik 19 Für Großunternehmen ist das Argument, durch Leasing ganze Funktionsbereiche outsourcen zu können, überdurchschnittlich wichtig. Hier wird jedoch scharf kalkuliert, denn bei der Entscheidung zwischen Preis oder Service entscheiden sich die Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern preisorientiert (Siehe Seite 14).

Grafik 19
Gründe für die Leasing-Nutzung nach Unternehmensgrößen
 Genaue Kalkulierbarkeit der Kosten ist wichtigster Aspekt



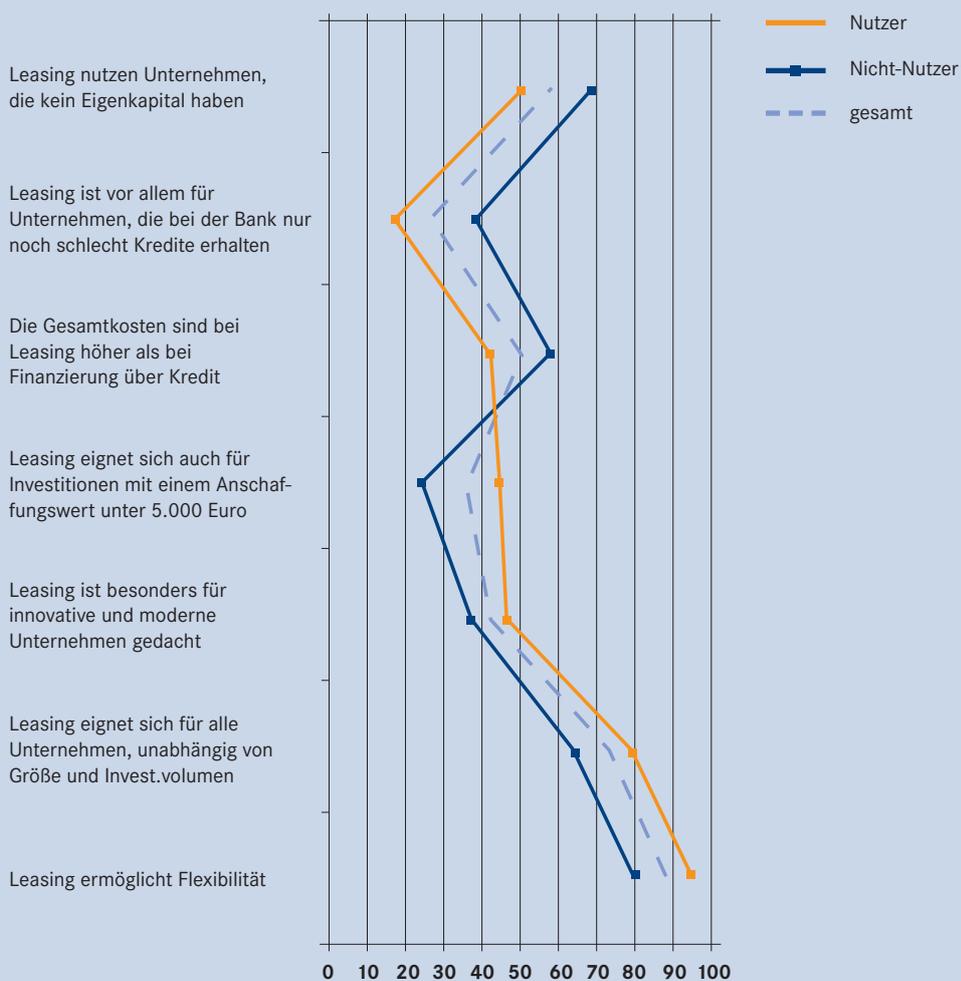
Basis: 750 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen; Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

Grafik 20 Die Investitionsform Leasing steht aus Sicht der großen Mehrheit der deutschen Unternehmen (88 %) für unternehmerische Flexibilität. Dem stimmen sogar 81 % der derzeitigen Nicht-Nutzer zu. Allerdings ist die Investitionsform bei den Nicht-Nutzern noch mit Vorbehalten belastet. So glauben zwei Drittel von ihnen, dass Leasing vor allem für Unternehmen ohne Eigenkapital geeignet ist. Die Vorurteile, dass Leasing sich vor allem für Unternehmen eignet, die schlecht einen Kredit erhalten (25 %) und wenig Eigenkapital besitzen (56 %), sind noch verbreitet. Zwar ist das Argument, durch Leasing die Betriebsmittel stets auf dem neusten Stand zu halten, auf Platz 2 des Motive-Rankings, doch nur 44 % sagen, dass sich Leasing besonders gut für innovative Unternehmen eignet.

In Bezug auf die Unternehmensgrößen lässt sich feststellen, dass mit der Unternehmensgröße auch die Vorbehalte schwinden. Größeren Einfluss hat dagegen der Grad der Informiertheit. So beurteilen Unternehmen, die sich selbst als informiert bezeichnen, Leasing besser als uninformierte Firmen.

Grafik 20
Imageprofil von Leasing – Zustimmung zu Statements
 Noch Vorbehalte bei Leasing-Nichtnutzern



Basis: 1.098 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

IV. Ergebnisse

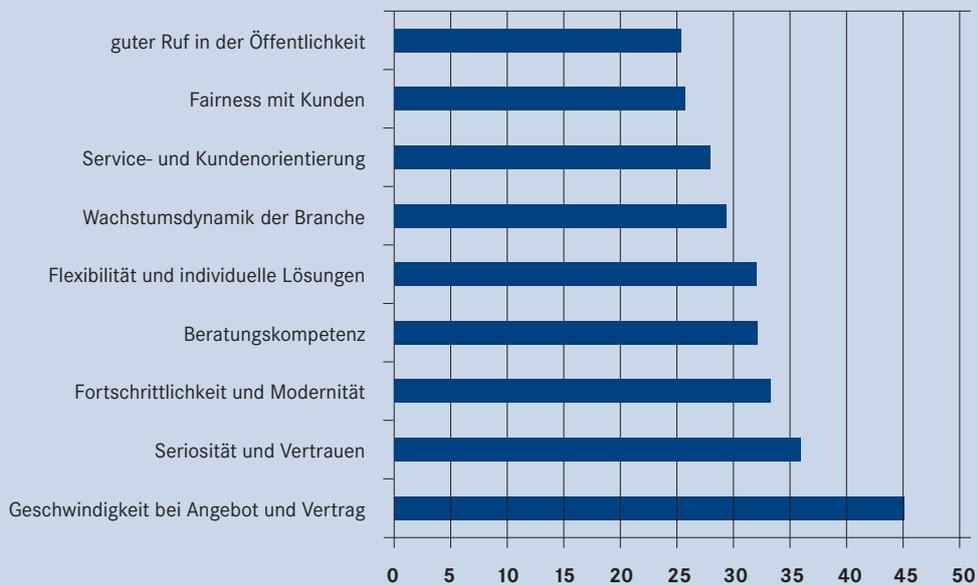
Kundenzufriedenheit

Grafik 21 Insgesamt wird die Leasing-Branche positiv beurteilt. 45 % der Leasing-Nutzer loben die Geschwindigkeit bei Angebotserstellung und Vertragsabwicklung, Seriosität und Vertrauen (36 %), Fortschrittlichkeit und das Angebot von individuellen Lösungen (34 %) sowie Beratungskompetenz (32 %) werden ebenfalls positiv herausgestellt. Gerade die Bereitschaft, auf individuelle Wünsche der Kunden einzugehen, wird als eine Stärke der Leasing-Branche beurteilt, womit sie sich auch gegenüber anderen Finanzdienstleistern klar abgrenzen kann. Dies wissen vor allem die Großunternehmen zu schätzen (34 %). Die Unternehmen ab 50 Mitarbeitern beurteilen die Fortschrittlichkeit der Leasing-Unternehmen überdurchschnittlich gut (39 %), die Beratungskompetenz (34 %) und das Preis-/Leistungsverhältnis (27 %).

Grafik 22 Die deutliche Mehrheit der Unternehmen ist mit ihrer Leasing-Gesellschaft zufrieden bis vollkommen zufrieden (96 %). Besonders zufriedene Kunden sind Unternehmen von Handel und Baubranche: Nur 0,8 % bzw. 0,3 % sind hier unzufrieden.

Grafik 21

Kundenzufriedenheit: Beurteilung der Leasing-Gesellschaften als ausgezeichnet/sehr gut
 Große Zustimmung in punkto Geschwindigkeit und Seriosität

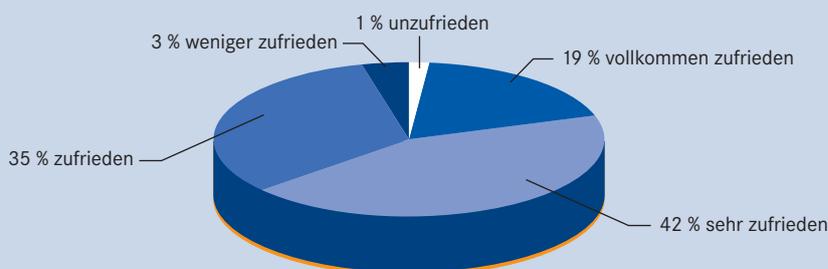


Basis: 750 Unternehmen, die Leasing nutzen; Angaben in %

Grafik 22

Kundenzufriedenheit

Größe Mehrheit der Leasing-Nutzer zufrieden mit ihrer Leasing-Gesellschaft



Basis: 750 Unternehmen, die Leasing nutzen, Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

IV. Ergebnisse Immobilien-Leasing

Grafik 23
Interesse und Nutzung von Immobilien-Leasing

Immobilien-Leasing ist besonders für große Unternehmen interessant

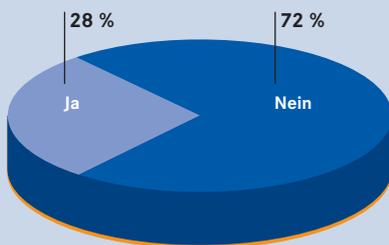
Unternehmen haben ...



Basis: 750 Unternehmen in Deutschland; Angaben in %

Grafik 24
Einbezug von Immobilien-Leasing als Investitionsform

Gut ¼ ziehen Immobilien-Leasing in den nächsten 3 Jahren in Betracht



Basis: 77 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen und sich mit dem Leasing gewerblicher Immobilien beschäftigen, Angaben in %

Grafik 23 und 24 Die Marktstudie zeigt, dass Immobilien-Leasing ein ganz spezieller, individueller Markt ist. Nur ein Prozent aller Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen, haben bereits Immobilien geleast, vier Prozent haben sich schon einmal mit dem Thema beschäftigt. Mit zunehmender Unternehmensgröße steigt das Interesse am Immobilien-Leasing. Zwölf Prozent der Großunternehmen nutzen bzw. nutzten schon Immobilien-Leasing, elf Prozent haben sich mit dem Thema beschäftigt.

Für die Zukunft zieht ein Viertel aller Unternehmen, die bereits Leasing nutzen und sich damit gedanklich schon beschäftigt haben, auch Immobilien-Leasing zumindest in Betracht.

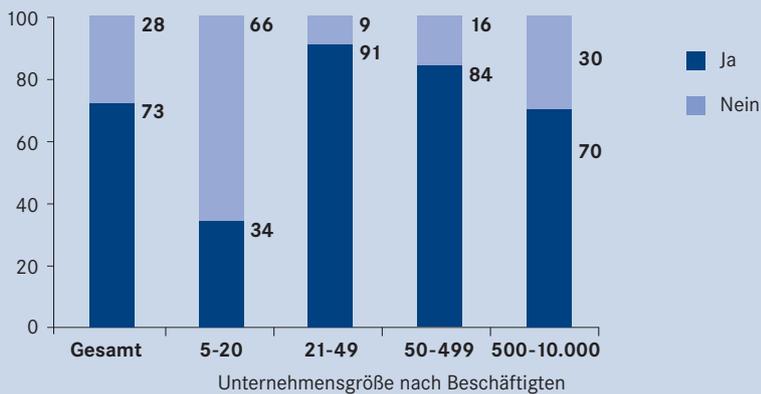
Von den Unternehmen, die Immobilien-Leasing in Betracht ziehen, zeigen sich besonders Unternehmen aus den Branchen Bau und Verkehr/Nachrichtentechnik aufgeschlossen. Hier halten die Unternehmen Immobilien-Leasing für eine überdenkenswerte Alternative, wenn in den nächsten drei Jahren eine Immobilieninvestition ansteht. Beim Handel ist die Ablehnung mit 62 % am höchsten. Jedoch muss hier die geringe Fallzahl von 77 Unternehmen beachtet werden.

Grafik 25 Die Zustimmung für Immobilien-Leasing als mögliche Investitionsform ist bei den klassischen Mittelständlern am höchsten. 91 % der Unternehmen mit 20-49 Beschäftigten, die Leasing nutzen und sich mit Immobilien-Leasing beschäftigt haben, denken über Immobilien-Leasing nach. Von Unternehmen mit 50-499 Mitarbeitern sind es 84 %. Die Zahl sinkt bei den Großunternehmen ab 500 Mitarbeitern auf 70 %.

Grafik 26 Bedarfsorientierte Mietmodelle sind bei den Unternehmen, die Immobilien-Leasing in Betracht ziehen, besonders interessant. Der Informationsstand hierzu könnte allerdings noch besser sein, 24 % fühlen sich nicht ausreichend darüber informiert. Trotz der breiten Informiertheit von 76 % ist dies eine beachtliche Anzahl, da nur Unternehmen befragt wurden, die sich schon intensiv mit dem Thema auseinander gesetzt haben.

Die Bedeutung der Bilanzneutralität ist noch nicht klar. Während 76 % die Bilanzneutralität als wesentliches Argument für Immobilien-Leasing sehen, erklären 49 %, dass die Aufnahme in die Bilanz aufgrund internationaler Rechnungslegung dem Immobilien-Leasing nicht die Attraktivität nehmen würde. Dies zeigt, dass hier noch Informationsbedarf herrscht.

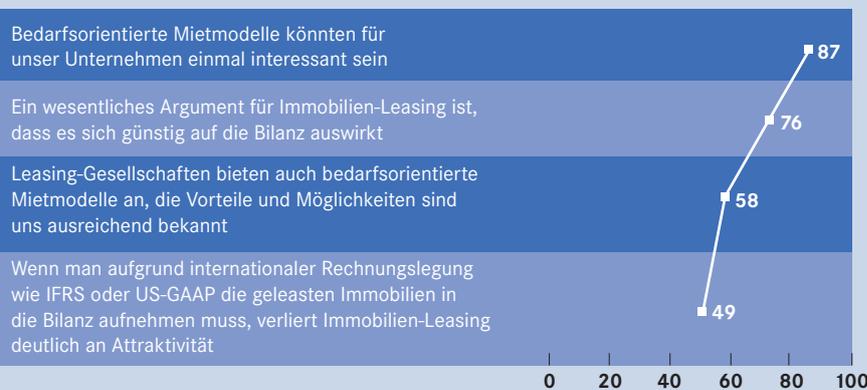
Grafik 25
Einbezug von Immobilien-Leasing als Investitionsform
 Immobilien-Leasing als überdenkenswerte Finanzierungsalternative in den nächsten drei Jahren nach Unternehmensgrößen



Basis: 77 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen, und sich mit dem Leasing gewerblicher Immobilien beschäftigen; Angaben in %

Grafik 26
Einstellung zum Thema „Immobilien-Leasing“
 Immobilien-Leasing wird überwiegend positiv beurteilt

Aussagen zum Immobilien-Leasing



Basis: 55 Unternehmen in Deutschland, die Leasing nutzen und für die Immobilien-Leasing eine überdenkenswerte Finanzierungsalternative wäre; Angaben in %

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

V. Anhang

Auflistung der Stichprobe

Unternehmen, die Leasing nutzen

MITARBEITER	5-20	21-49	50-499	500-10.000	
BRANCHEN	Eine gleichmäßige Verteilung auf die einzelnen Zellen wurde angestrebt				
Verarbeitendes Gewerbe (inkl. Energie/Wasser)					147
Bau					65
Handel					105
Verkehr-/Nachrichtenübermittlung					73
Dienstleister, ohne Banken inkl.					360
Sonstige					137
Gesundheitswesen					74
Beratung/IT	77				
Entsorgung und Abfallbehandlung	72				
	216	220	209	105	Σ 750

Quelle: TNS Infratest, BDL 2007

} Bundesverband Deutscher
Leasing-Unternehmen e. V.

Kommandantenstraße 80
10117 Berlin

Telefon 030 20 63 37-0
Telefax 030 20 63 37-30

bdl@leasingverband.de
www.leasingverband.de

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

www.leaseurope.org

BUNDESVERBAND DEUTSCHER
LEASING-UNTERNEHMEN

