

Unternehmen planen mehr Fremdfinanzierungen

Marktstudie Investitionsfinanzierung

STEPHAN MOLL

Mehr als zwei von drei Neuwagen, die gewerblich genutzt werden, kommen aktuell mithilfe einer Finanzierung auf die Straße. In Zukunft planen Unternehmen diesen Anteil weiter auszubauen und wollen sogar bei knapp drei Vierteln ihrer Neuwagen eine Fremdfinanzierung nutzen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Marktstudie, die im Auftrag des Bankenfachverbandes die Investitions- und Finanzierungsabsichten von dieser Kundschaft untersucht hat.

Jedes Unternehmen steht grundsätzlich vor der Herausforderung, die richtigen Investitionsentscheidungen für die Zukunft zu treffen. Neben dem passenden Zeitpunkt und der Wahl eines geeigneten Investitionsobjekts gilt es dabei auch, eine angemessene Art der Finanzierung und den richtigen Partner auszuwählen. Über die Hausbank hinaus steht dabei eine Reihe von alternativen Finanzierungsanbietern zur Verfügung, unter anderem die spezialisierten Kreditbanken. Der Bankenfachverband e.V. vereint diese Spezialanbieter aus den Bereichen der Investitions- sowie der Konsum- und Kfz-Finanzierung. In seiner aktuellen Marktstudie untersucht er

zum dritten Mal in Folge mit den Marktforschern von TNS Infratest, wie sich Kreditbanken von anderen Finanzierungsanbietern unterscheiden und wie Unternehmen ihre Investitionsentscheidungen treffen. Dabei liegt der Fokus auf beweglichen Investitionsgütern – vom Pkw bis zur Produktionsmaschine.

Finanzierung beim Spezialanbieter

Zur Finanzierung mobiler Investitionsgüter greifen Unternehmen in erster Linie auf die Angebote von Kreditbanken zurück. Mehr als 40 Prozent der Firmen finanzieren mobile Güter bei einem Spezialanbieter, bei den Großbetrieben sind dies sogar knapp 60 Prozent. Dagegen beträgt der Anteil derjenigen, die bei Sparkassen, Genossenschaftsbanken oder Großbanken bewegliche Güter finanzieren, jeweils nur bis zu zehn Prozent. Sonstige Anbieter, zu denen auch Leasing-Gesellschaften gehören, kommen – insgesamt betrachtet – auf einen Anteil von zwölf Prozent (siehe Abbildung 1, Seite 34).

Als Spezialanbieter von Finanzierungen sind die Kreditbanken oft Ko-

operationspartner der Hersteller von beweglichen Investitionsgütern. Dazu zählen neben Neu- und Gebrauchtwagen auch sonstige Kraftfahrzeuge und -Anhänger sowie Maschinen und Produktionsanlagen. Auch Spezial- und Medizintechnik sowie Informations- und Kommunikationstechnologie werden von Unternehmen regelmäßig finanziert. Mit ihren Angeboten ermöglichen die Kreditbanken den Herstellern und Händlern einen besseren Absatz ihrer Waren. Für viele Betriebe stellen die Kreditbanken mit ihren Finanzierungsleistungen eine Alternative zu ihrer Hausbank dar.

Finanzierungsobjekte

Neu- und Gebrauchtwagen finanzieren Unternehmen in erster Linie bei einer Kreditbank. Rund drei Viertel der Firmen vertrauen bei der Finanzierung von Pkws auf einen Spezialanbieter. Dazu zählt eine Vielzahl von herstellerverbundenen Instituten. Auch bei sonstigen Kraftfahrzeugen wie Lkws oder Omnibussen sind die Kreditbanken mit einem Anteil von zwei Dritteln die erste Wahl. Hier kommen Sparkassen und Genossenschaftsbanken nur auf rund 15 Prozent. Großbanken spielen eine untergeordnete Rolle.

Etwas dichter wird das Feld bei Maschinen und Anlagen sowie Kommunikations- und Spezialtechnik. Hier sind die unterschiedlichen Anbietergruppen in einer Bandbreite von zehn bis 40 Prozent vertreten. Insbesondere bei Kfz-Finanzierungen aber auch bei anderen Absatzfinanzierungen am Point-of-Sale wählen viele Betriebe also nicht die Finanzierung bei ihrer Hausbank, sondern arbeiten

DER AUTOR:

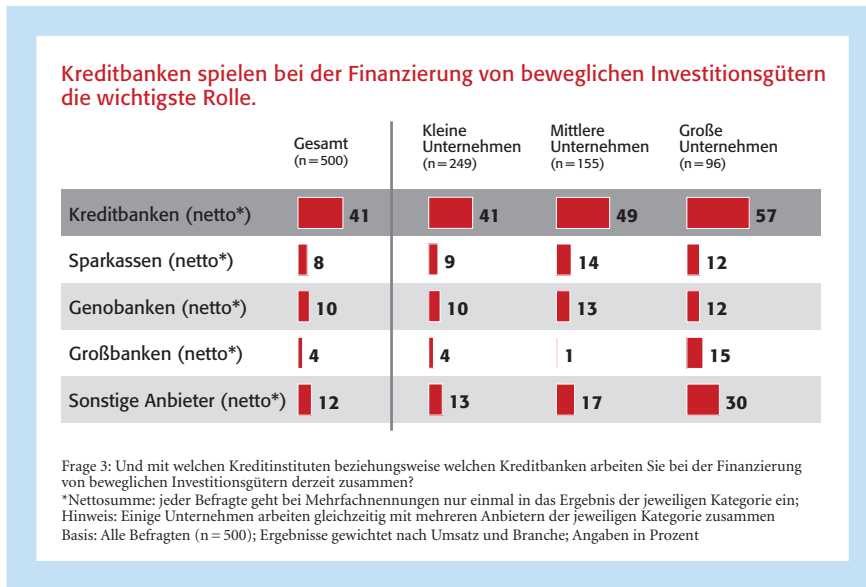
Stephan Moll,
Berlin,

leitet das Referat Markt und PR beim Bankenfachverband, der Interessenvertretung der Kreditbanken. Neben der Verbandskommunikation verantwortet er dort die Marktbeobachtung und Statistik.



E-Mail: stephan.moll@bfach.de

Abbildung 1: Zusammenarbeit mit Kreditinstituten und Kreditbanken



Quelle: TNS Infratest

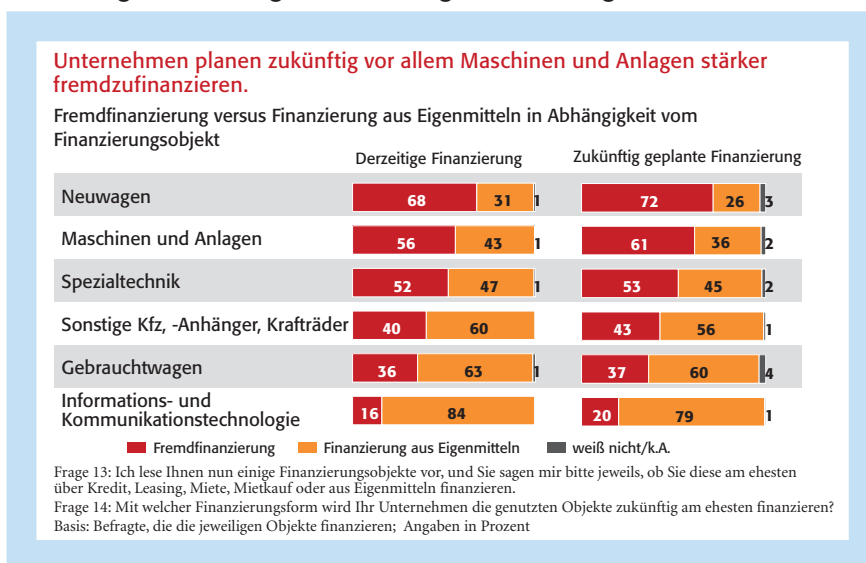
eher mit einer spezialisierten Kreditbank zusammen.

Trend zur Fremdfinanzierung

Bei Neuinvestitionen stehen Firmen grundsätzlich vor der Entscheidung, auf Eigenmittel zurückzugreifen oder eine Fremdfinanzierung zu nutzen. Dabei ist die Fremdfinanzierungsquote bei Neuwagen mit rund zwei Dritteln am höchsten und bei Informationstechnologie mit 16 Prozent am geringsten. Nur jeder dritte Gebrauchtwagen wird nicht mit eigenen Mitteln finanziert.

In Zukunft planen Unternehmen bei allen Ausrüstungsinvestitionen einen erhöhten Anteil an Fremdfinanzierungen. Den stärksten Zuwachs gibt es laut der Studie bei Maschinen

Abbildung 2: Zukünftige Entwicklung Finanzierungsart



Quelle: TNS Infratest

und Anlagen. Hier soll der Anteil an Fremdfinanzierungen von 56 auf 61 Prozent wachsen. Auch bei Neuwagen und Informationstechnologie ist mit einem Anstieg um jeweils vier Prozentpunkte zu rechnen. Der Trend zur Fremdfinanzierung zeigt sich insbesondere bei der Nachfrage nach konkreten Finanzierungsobjekten (siehe Abbildung 2).

Informationskanäle

Mehr als ein Drittel aller Betriebe informiert sich direkt beim Händler oder Verkäufer eines Investitionsobjektes über Finanzierungsmöglichkeiten. Jeder fünfte Entscheider spricht mit seinem Bankberater in der Filiale über seine Finanzierungsabsichten. Damit ist ein persönlicher Kontakt bei der Informationssuche nach wie vor der wichtigste Kanal. Immerhin 15 Prozent konsultieren aber auch Vergleichsportale im Internet, um sich über Finanzierungen zu informieren.

Nahezu unbedeutend für die Informationssuche sind allerdings Bankwebsites sowie Social-Media-Plattformen oder sonstige Online-Netzwerke. Auch wenn diese Instrumente laut Aussagen der Befragten für die Informationsbeschaffung keine Rolle spielen, so können sie doch als Marketing-Instrumente fungieren und eine Wirkung entfalten.

Entscheidungskriterien

Gute Konditionen, Vertrauenswürdigkeit und eine qualifizierte Beratung sind für die Unternehmen die wichtigsten Kriterien bei der Wahl eines Finanzierungspartners. Jeweils rund drei Viertel erachten diese Kriterien als bedeutsam.

Mehr als die Hälfte der Entscheider berücksichtigt gute Erfahrungen aus der Vergangenheit sowie eine schnelle und einfache Angebots- und Vertragsabwicklung. Immerhin noch jedes zweite Unternehmen hält eine flexible

und individuelle Vertragsgestaltung für sehr wichtig (Abbildung 3).

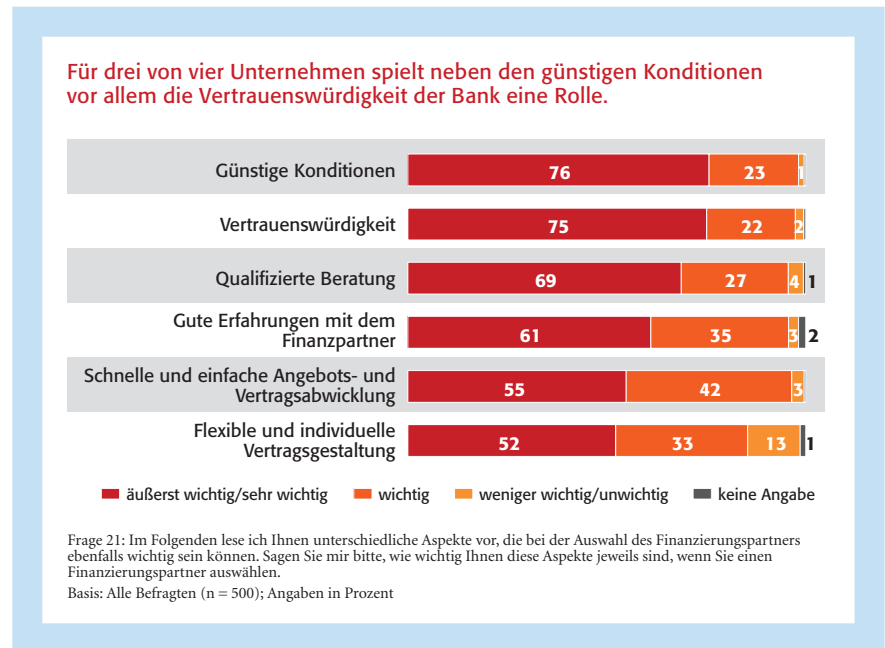
Bemerkenswert ist dabei, dass der Preis bei weitem nicht das alleinige Entscheidungskriterium darstellt. Qualitative Kriterien wie Vertrauen und eine gute Beratung sind mindestens genauso bedeutsam und bieten den Kreditbanken ausreichendes Differenzierungspotenzial im Vergleich zur Hausbank.

Online-Finanzierungen

Die Mehrzahl der gewerblichen Finanzierungen heute kommt noch beim Händler oder Hersteller beziehungsweise in der Bankfiliale zustande. Jeweils etwa zwei Drittel aller Unternehmen wählen regelmäßig diese Abschlusskanäle. Ein Drittel schließt Kreditverträge auch im eigenen Haus, das der Bankberater aufsucht. Immerhin knapp ein Viertel wählt bei gewerblichen Finanzierungen auch den Weg per Mail, Fax, Brief oder Telefon, Mehrfachnennungen möglich (siehe Abbildung 4).

Online-Abschlüsse, wie sie bei Verbraucherkrediten inzwischen üb-

Abbildung 3: Hauptkriterien für die Entscheidungsfindung



Quelle: TNS Infratest

lich sind, haben sich im gewerblichen Bereich bislang noch nicht etabliert. Das Interesse wäre allerdings vorhanden. So kann sich mehr als jeder vierte befragte Unternehmer einen Finanzierungsabschluss im Internet vorstellen. Dies dürfte insbesondere bei dauerhaften Kundenbeziehungen und

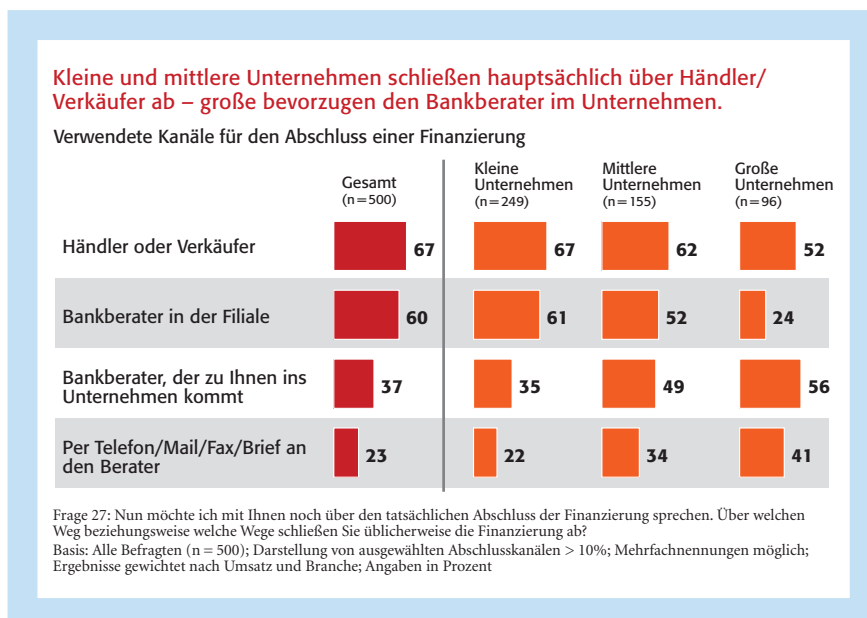
wiederkehrenden Finanzierungsvorhaben interessant sein.

Kundenstamm der Kreditbanken

Der aktuelle Kundenstamm der Kreditbanken setzt sich jeweils zur Hälfte aus Bestands- sowie aus Neukunden zusammen. Knapp zwei Drittel der Befragten wollen künftig sehr wahrscheinlich wieder mit einer Kreditbank zusammenarbeiten. Bei großen Unternehmen beträgt dieser Anteil mehr als drei Viertel. Oftmals ist dabei die Einfachheit entscheidend und der Vorteil, Produkt und Finanzierung aus einer Hand zu erhalten. Die Kunden der Kreditbanken schätzen nicht nur deren Beratungskompetenz, sondern auch die unkomplizierte und schnelle Bearbeitung der Finanzierung.

Die Marktstudie ist auf der Homepage des Bankenfachverbandes in der Rubrik Downloads abrufbar unter: www.bfach.de. Neben der aktuellen Studie aus dem Jahr 2014 stehen hier auch die Studien aus den Jahren 2011 und 2009 zur Verfügung. ◀

Abbildung 4: Abschlusskanäle



Quelle: TNS Infratest