

50 Jahre Leasing in Deutschland: Entwicklung und Perspektiven des Leasing-Marktes

Die Leasing-Branche feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen in Deutschland. 1962 gründeten sich die ersten Leasing-Gesellschaften und starteten eine Erfolgsgeschichte, die ihresgleichen sucht. Die Pioniere der Branche betraten damals in vielfacher Hinsicht Neuland: Einerseits war der rechtliche und steuerliche Rahmen der neuen Investitionsform noch nicht abgesteckt, andererseits war das unternehmerische Denken noch stark vom Eigentumsdenken geprägt. Die heutige Überzeugung, dass die Nutzung eines Autos, eines Computers oder einer Maschine und nicht nur das reine Eigentum daran Werte schafft, setzte sich erst langsam durch.

Nach einem halben Jahrhundert hat sich das Produkt Leasing in der deutschen Wirtschaft dauerhaft etabliert. Es gibt nahezu kein Investitionsgut, das nicht geleast werden kann und nicht geleast wird. Unternehmen aller Größenklassen ziehen Leasing bei ihren Investitionsplänen in Betracht. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Leasing als Motor für Investitionen und damit für Wirtschaftswachstum ist inzwischen in Deutschland unter Ökonomen und auch in der Politik breit anerkannt.

Anfänge in den Zeiten des Wirtschaftswunders

Deutschland erfreute sich gerade seines Wirtschaftswunders als eine neue Technik-epoche – das IT-Zeitalter oder der V. Kondratieffzyklus – sichtbar wurde. Ab Mitte der fünfziger Jahre fanden langsam Computer in der Produktion und in Verwaltungen Verwendung. Konrad Zuse erfand bereits in den letzten Kriegsjahren den ersten frei programmierbaren Rechner der Welt (Zuse I) und baute danach stark verbesserte Modelle. Damit hatte Deutschland zwar zunächst eine hervorragende Ausgangsposition im internationalen Wettbewerb. In

den USA waren jedoch in dieser Zeit viele Teams mit wesentlich besseren finanziellen und technischen Ressourcen dabei, einen Computer zur Serienreife zu entwickeln.

Es waren aber schließlich nicht die opulenten Budgets und die üppige Materialversorgung der Amerikaner, die Zuse mit seinen Rechnern Mitte der sechziger Jahre rasch aus dem Markt drängten, sondern die fehlende Absatzfinanzierung, die er bei seinem chronisch klammen Budget nicht leisten konnte. Immerhin kostete eine solche Großmaschine zu dieser Zeit mehrere Millionen DM, also damals ein Vermögen. Die Banken konnten die Werthaltigkeit, das Tempo der technischen Obsoleszenz und die Verwertungsmöglichkeiten der neuen Technologie nicht einschätzen und hielten sich deshalb mit entsprechenden

Kredit zu. Das Geschäft machte daher fortan, nicht nur in Deutschland, IBM mit seinen Leasing-Maschinen.

Es war daher kein Zufall, dass im Jahr 1962 die ersten deutschen Leasing-Gesellschaften ihre Tätigkeit aufnahmen. Sie institutionalisierten ein Geschäft, das von Investitionsgüterherstellern, insbesondere in den USA, in ähnlicher Form schon seit geraumer Zeit betrieben wurde. Zunächst war es jedoch ein sehr steiniger Weg, den die ersten Leasing-Gesellschaften in Deutschland gehen mussten. Als im Jahr 1962 einige mutige Manager die Idee der neuen Investitionsalternative aus den USA nach Deutschland importierten, gab es hier weder Kunden noch Lieferanten und auch keine Refinanzierungsinstitute – ganz zu schweigen von der völligen Unsicherheit auf zivil-, steuer- und handelsrechtlichem Gebiet. Schließlich wurden dennoch die ersten Finanzierungsleasing-Gesellschaften in der Bundesrepublik gegründet.

Herstellerunabhängige Vermietung

Unter der Bezeichnung „Leasing“ wurde ein Dienstleistungsbündel unter neuem Etikett angeboten, dessen wesentlicher Bestandteil als Miete oder Pacht in der Landwirtschaft und in Gewerbebetrieben schon lange bekannt war. Die Hersteller von elektrotechnischen-, elektronischen- und Maschinenbauerzeugnissen boten in den Einführungsphasen der Produktgenerationen ihre Anlagen oft nur noch auf dem Wege der Anlagenmiete an; das war vor allem bei Computern und Fotokopiergeräten der Fall. Das Novum, das die Finanzierungsleasing-Gesellschaften einbrachten, bestand vor allem in der Tatsache, dass sie die Vermietung herstellerunabhängig machten, verschiedene Dienstleistungen zusätzlich zur mietweisen Überlassung von Anlagegütern boten, ihr Produkt auch steuerlich interes-

Arno Städtler, Forschungsbereich Industrieökonomik und neue Technologien, ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, und Heike Schur, Referatsleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e. V., Berlin

Verglichen mit anderen Finanzierungsformen hat das Leasing in Deutschland in seinem 50. Jubiläumjahr eine noch vergleichsweise junge Geschichte. Gleichwohl registrieren die Autoren neben enormen Aufschwungphasen in den siebziger Jahren und später beim Siegeszug des Autoleasing und beim Aufbau der Wirtschaft in den neuen Bundesländern auch Schwächephasen wie den historischen Einbruch des Neugeschäftes im Jahre 2009. Ihr Ausblick bleibt dennoch hoffnungsvoll optimistisch. Weitere Wachstumschancen schreiben sie der Branche angesichts eines veränderten Mobilitätsverhaltens etwa beim sich abzeichnenden Zulauf für die Carsharing-Modelle zu. (Red.)

sant zu gestalten wussten und ein sehr aktives Marketing betrieben. Damals wurden Neuerungen – insbesondere im Finanzsektor – allerdings längst nicht mit der später vielfach anzutreffenden Offenheit aufgenommen. Die Leasing-Pioniere mussten über eine hohe Frustrationstoleranz und Ausdauer verfügen, denn ihr Geschäft genoss in Finanzkreisen als „last resort borrowing“, also sozusagen als letzter Rettungsanker für kapitalschwache Firmen, keinen guten Ruf. Nahezu zehn Jahre hatten die wenigen Leasing-Gesellschaften in Deutschland ein hohes unternehmerisches und steuerliches Risiko zu tragen, das sich kaum abschätzen ließ. Angesichts dieser beträchtlichen Anlaufschwierigkeiten verwundert es nicht, dass es Jahre dauerte, bis diese neue Finanzierungsform eine gewisse volkswirtschaftliche Bedeutung erreichte.

Verbreitung und Entwicklung des Neugeschäfts

In der ersten Dekade nach der Einführung des Leasing in Deutschland fand diese Investitionsalternative fast nur in Großunternehmen und öffentlichen Verwaltungen Anwendung. Dies änderte sich sehr schnell, als nach dem Beginn der siebziger Jahre EDV-Anlagen auch für mittelständische Betriebe erschwinglich wurden, der Fotosatz das Druckgewerbe revolutionierte und zahlreiche kleine und mittelgroße Unternehmen zunehmend unter Kapitalknappheit litten. Der damalige Wachstumszyklus stand im Zusammenhang mit zahlreichen Gründungen neuer Leasing-Gesellschaften sowie vor allem mit der Klärung von Steuer- und Bilanzierungsfragen durch die Erlasse des Bundesfinanzministeriums aus den Jahren 1971 (Mobilen-Leasing-Erlass) und 1972 (Immobilien-Leasing-Erlass).

Damals gelang dem Leasing der eigentliche Durchbruch. Die Anlagenvermietung expandierte mit einem rasanten Tempo. In diesem Zeitraum nahmen die Investitionen der Finanzierungsleasing-Gesellschaften um 800 Prozent zu, während das Bruttosozialprodukt nur um 100 Prozent wuchs. Die siebziger Jahre gelten daher als die „Goldenen Jahre des Leasing“. Insgesamt dominierte in den siebziger Jahren das Segment IT/Büromaschinen das Leasing-Neugeschäft. Fahrzeuge nahmen noch eine untergeordnete Rolle ein und hatten einen Anteil von rund zehn Prozent am Neugeschäft. Dies änderte sich jedoch schlagartig in den achtziger Jahren.

Neben der verstärkten Gründung selbstständiger Leasing-Gesellschaften durch Fahrzeughersteller startete das Autoleasing seinen Siegeszug. Zudem lösten die Hersteller aufgrund intensiver Marketingaktivitäten einen wahren Boom im Privatleasing aus. Der Anteil der Privathaushalte am Neugeschäft stieg 1983 auf elf Prozent, ein Jahr zuvor lag er bei lediglich drei Prozent. Hersteller-Leasinggesellschaften wuchsen um mehr als ein Drittel – eine Steigerung, wie sie seit Branchengründung nicht registriert werden konnte.

Ab dem Jahr 1983 setzten sich die Straßenfahrzeuge mit ihren gewaltigen Wachstumsraten an die Spitze des Leasing-Geschäfts und dominieren seither das Neugeschäft konkurrenzlos. Bis heute entfällt über die Hälfte des Leasing-Neugeschäfts auf den Fahrzeug-Sektor. Jedes dritte neu zugelassene Fahrzeug ist least. Da das vor allem Wagen aus der Mittel- und Oberklasse sind, beträgt die Leasing-Quote nach Anschaffungswert über 60 Prozent. Entwicklungen in der Automobilbranche beeinflussen daher mittelbar auch die Leasing-Branche.

Durchbruch bei KMU durch Büromaschinen

In den achtziger Jahren legten auch Big Tickets, wie Flugzeuge, Schiffe oder Eisenbahnen kräftig zu. Den Durchbruch bei den kleinen und mittleren Unternehmen – und damit eine beträchtliche Erhöhung des Marktanteils – schaffte das Leasing, als der PC sowie andere relativ niedrigpreisige Büromaschinen die Märkte eroberten. Seit damals haben die Stückzahlen der Leasing-Verträge für Büroausrüstungen rasant zugenommen.

Wegen der zentralen Bedeutung der Informationstechnik war es wichtig, sich dem anhaltenden Trend zu Small Tickets in diesem Produktsegment zu stellen, um hier auch weiterhin noch Wachstum erzielen zu können. Allerdings war hierfür ein Umdenken bei der Bonitätsprüfung der Leasingnehmer erforderlich. Die Prüfung musste auf Scoringsysteme übertragen, und die Produktverwertungsabteilungen mussten deutlich aufgestockt werden, was in den USA bereits zuvor erfolgreich praktiziert wurde. Auf der Kundenseite verringerte sich in den achtziger Jahren die starke Abhängigkeit der Leasing-Gesellschaften vom Verarbeitenden Gewerbe, dem Handel und

der Energiewirtschaft. Dafür gewannen der Dienstleistungssektor, die privaten Haushalte, der Sektor Verkehr- und Nachrichtenübermittlung und jüngst auch der Staat als Leasing-Kunden erheblich an Bedeutung. Das Portfolio der Leasing-Branche ist also heute sowohl auf der Kunden- wie auch auf der Produktseite breit gefächert.

Bedeutender Beitrag zum „Aufbau Ost“

Der Beginn der neunziger Jahre stand auch für die Leasing-Gesellschaften im Zeichen der Wiedervereinigung Deutschlands. Die Leasing-Gesellschaften erkannten nach der politischen Wende in der ehemaligen DDR sehr schnell, dass ihre Investitions- und Finanzierungsalternative ein geradezu ideales Instrument für die Wirtschaft in Ostdeutschland ist. Nach der Wiedervereinigung entfaltete das Leasing in Ostdeutschland zunächst eine beachtliche Dynamik und erreichte schließlich 1994 mit einem Neugeschäft von 7,6 Milliarden DM rund sechs Prozent der Anlageinvestitionen in den neuen Bundesländern. Ab 1995 entwickelte sich das Leasing allerdings wesentlich moderater, was unter anderem daran lag, dass es von der erhöhten Investitionszulage (anfänglich 20 Prozent) für ostdeutsche Industrie- und Handwerksbetriebe ausgeschlossen war. In den Jahren von 1990 bis 1996 hat die Leasing-Branche zusammen Anlagen im Wert von etwa 42 Milliarden DM in den neuen Ländern investiert und damit maßgeblich zum „Aufbau Ost“ beigetragen.

In der ersten Dekade des neuen Jahrhunderts machte sich zunächst die allgemeine Investitionsschwäche auch bei den Leasing-Gesellschaften bemerkbar. Von 2004 bis 2008 erzielten die Leasing-Investitionen – trotz der schwachen Investitionskonjunktur – wiederum einen überdurchschnittlichen Zuwachs. 2006 überschritt das Leasing-Neugeschäft die 50 Milliarden Euro-Marke, die Gesamtleasing-Quote erreichte ein Jahr zuvor mit 18,5 Prozent ihren höchsten Stand. Schon drei Jahre später befand sich die Leasing-Branche im Griff der schwersten Rezession der Nachkriegsgeschichte und verzeichnete 2009 einen historischen Einbruch des Neugeschäfts um minus 23 Prozent. Zu dieser schwierigen Marktsituation kam zeitgleich die Unterstellung der Leasing-Gesellschaften unter die Finanzmarktaufsicht hinzu. Diese stellte den bedeutendsten und tiefsten Einschnitt in der Branchengeschichte

dar. Zumal die umfangreichen Anforderungen und Pflichten, die sich auch durch die Aufsicht „light“ ergeben haben, eine sehr heterogene Branche trafen.

Nach dem enormen Einbruch des Neugeschäfts 2009 erholte sich die Leasing-Branche zunächst moderat und 2011 mit hohem Tempo. Inzwischen ist es dem Leasing gelungen unter Wettbewerbsbedingungen über die Hälfte (2011: 53 Prozent) der von außen finanzierten Unternehmensinvestitionen zu generieren; auf Bankkredite, staatliche Zuschüsse und Beteiligungsfinanzierungen entfällt die andere Hälfte, wie das ifo Institut in seinen jährlichen Investitionstests feststellte.

Aktuelle Entwicklung und Perspektiven

Nach 50 Jahren Geschäftstätigkeit in Deutschland trifft die Leasing-Branche wieder auf ein herausziehendes neues Technikzeitalter, dessen Name noch nicht feststeht, aber wie in der Zeit nach der Gründung der ersten Gesellschaften große Chancen eröffnet. Denn auch bei der durch neue Energie erzeugende und sparende Technologien, eventuell auch durch die Nanotechnologie getriebenen Investitionswelle werden die Leasing-Gesellschaften wieder einmal gefragte Experten bei der Markteinführung neuer Produkte sein, die im Gefolge knapper und teurerer Energieressourcen in großer Zahl geordert werden. Das sind neben neuen Generationen von Straßenfahrzeugen insbesondere Anlagen zur Energieerzeugung aus nachwachsenden Rohstoffen, Maschinen und Elektroanlagen. Für eine Finanzierung durch Banken kommen neue Produkte mit rascher technischer Obsoleszenz und schwer einschätzbarer technischer Reife weniger infrage, es sei denn, es handelt sich bei den Banken um einen Ableger von Herstellern.

Weiteres Wachstumspotenzial für die Leasing-Branche ergibt sich auch im Gesundheitssektor. Der weltweit wachsende Markt für Medizintechnik umfasst sowohl Massenprodukte als auch Hightech-Artikel, die fast alle auch auf dem Wege des Leasings vertrieben werden. Die deutschen Medizintechnikanbieter rangieren in der international führenden Topliga weit oben und erweitern ständig ihre Systemkompetenzen um Dienstleistungen, zu denen auch Finanzdienstleistungen wie das Leasing zählen. Diese Instrumente können dazu beitragen den beträchtlichen Investitions-

stau in deutschen Krankenhäusern aufzulösen, der nach Angaben der Deutschen Krankenhausgesellschaft auf 40 Milliarden Euro geschätzt wird. Andere Experten halten diesen Ansatz gar für eher konservativ.

Eine Herausforderung stellt die sich abzeichnende Veränderung des Mobilitätsverhaltens weiter Teile der Bevölkerung dar. Die Zahl der jährlichen Neuzulassungen von Pkw, insbesondere von privaten Haltern, dürfte sich auf mittlere Frist kaum noch steigern lassen, zudem sind Downsizing-Tendenzen zu erwarten. Zugleich dürfte aber der Anteil aller Arten von Vermietung in diesem Marktsegment deutlich zunehmen.

Die Anschaffung eines eigenen Autos ist für eine wachsende Zahl junger Menschen – vor allem in den Großstädten – keine Selbstverständlichkeit mehr. Die hohen Kraftstoffpreise, die Parkraumbewirtschaftung und die Umweltdiskussion führen tendenziell zu einem Umdenken der privaten Fahrzeughalter. Für diejenigen, die nicht nur auf das öffentliche Verkehrsangebot oder das Fahrrad setzen wollen, geht der Trend offenbar dahin, kleine und sparsame Autos zu kaufen, die für den weit überwiegenden Teil der Nutzung passend und ausreichend sind oder gar keinen eigenen Pkw anzuschaffen. Zu besonderen Anlässen, wie Urlaub, Umzug, Repräsentation oder Familienfesten, werden dann geeignete Fahrzeuge auf Zeit angemietet. Vor allem für Privatkunden kommt nicht nur die klassische Autovermietung infrage, sondern auch das Carsharing.

Für die Fahrzeugindustrie ist diese Entwicklung eine große Herausforderung, deshalb versuchen nun immer mehr Hersteller mit neuen Mietmodellen Erkenntnisse über das Nutzungsverhalten von „Zero-car households“ zu gewinnen sowie den Kontakt zu dieser potenziellen Kundengruppe zu halten und die entsprechende Wertschöpfung nicht anderen Anbietern zu überlassen. Das zunächst vor allem für Privatkunden konzipierte Carsharing gibt es auch in Deutschland schon länger, es hatte aber bisher keine große Dynamik aufzuweisen und galt eher als Modell für Anhänger alternativer Lebensweisen.

Inzwischen haben sich sowohl die großen traditionellen Autovermieter als auch etliche Fahrzeughersteller diesem Segment zugewandt. Mit innovativen Mobilitätsan-

geboten soll in Städten eine Ergänzung zu öffentlichen und privaten Verkehrsmitteln geschaffen werden. In mehreren Städten wurden mit Erfolg neuartige Mietmodelle getestet, die einerseits auf den Mobilitätsbedarf junger und preisbewusster europäischer Großstädter zugeschnitten sind und sich andererseits zunehmend auch auf gewerbliche Nutzer ausrichten. Es sind laufend Neugründungen zu beobachten.

Die modernen Carsharing-Modelle begrenzen, im Gegensatz zu den herkömmlichen, den Aktionsradius zwar meist auf das jeweilige Stadtgebiet und stehen damit nur teilweise in Konkurrenz zu den traditionellen mittelständischen Anbietern, die ein Komplettangebot vorweisen. Da es sich bei den Konkurrenten um große und kapitalstarke Autohersteller mit Kooperationspartnern aus dem Kreis der Marktführer im Auto-Renting handelt, wird der Wettbewerbsdruck damit dennoch erhöht. Diese Angebote haben sich mittlerweile in beschränktem Umfang zur Konkurrenz von etablierten Mietwagenfirmen, aber bisher kaum zum Leasing entwickelt.

Wegen der enormen Bedeutung, die Straßenfahrzeuge für das Neugeschäft vieler Leasing-Gesellschaften haben, ist es für die Branche eine strategische Herausforderung geeignete Modelle für die neue Mobilität zu finden. Bisher betreiben nur wenige Anbieter sowohl das Leasing als auch das Renting, das könnte sich aber ändern.

Optimistischer Blick in die Zukunft

Die Leasing-Branche hat in fünf Jahrzehnten unter Beweis gestellt, dass sie durch aktive Begleitung des Strukturwandels in der Wirtschaft, durch ständige Weiterentwicklung des Vertragswesens sowie durch das Angebot zusätzlicher Serviceleistungen – jenseits der reinen Finanzdienstleistung – die gegebenen Potenziale immer stärker ausschöpfen kann. Soweit es die Marktseite betrifft, ist dies den Leasing-Gesellschaften auch in den kommenden Jahren zuzutrauen. Die verschiedenen Wachstumfelder und Herausforderungen zeigen, dass Leasing wie schon in der Vergangenheit auch künftig nichts vom Markt zu befürchten hat. Es sind keine Anzeichen zu erkennen, die darauf hindeuten würden, dass die Leasing-Gesellschaften nicht weiterhin rasch und mit Elan auf Veränderungen des Umfelds und der Technologien reagieren würden.