

Digitalisierung in der Leasing-Branche

Symposium des Forschungsinstituts für Leasing
an der Universität zu Köln

Die Digitalisierung bringt für die Leasing-Branche massive Veränderungen – von der internen Aufstellung über neue Geschäftsmodelle bis hin zum Zusammenspiel mit Kunden und Geschäftspartnern. Anlass für das Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln, dieses Thema in den Fokus seines jährlichen Symposiums zu rücken. Neben einer theoretischen Einführung berichteten Gastreferenten über ihre Erfahrungen aus der Praxis. (Red.)

Kaum ein Thema erregt derzeit mehr Aufmerksamkeit wie das Thema Digitalisierung. Auch die Leasing-Branche steht dabei vor besonderen Herausforderungen, denn die Digitalisierung wird alle Bereiche des Leasing-Geschäfts massiv verändern. In der Kundenbeziehung eröffnet die Digitalisierung neue Absatzkanäle. Online-Leasing ist heute keine Vision mehr, sondern längst zur Realität geworden. Plattform-Lösungen erleichtern das Management der Vertragsbeziehungen im Dreieck Kunde, Hersteller und Leasing-Gesellschaft.



UNIV.-PROF. DR. THOMAS
HARTMANN-WENDELS

ist seit 1999 Direktor des Seminars für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Bankbetriebslehre an der Universität zu Köln und außerdem geschäftsführender Direktor des Instituts für Bankwirtschaft und Bankrecht sowie des Forschungsinstituts für Leasing. Er lehrte an den Universitäten in Osnabrück, Aachen und Köln Finanzierungs- und Bankbetriebslehre.



E-Mail:
hartmann-wendels@wiso.uni-koeln.de

Die Digitalisierung ermöglicht den Leasing-Gesellschaften, das Produkt Leasing um zusätzliche Services zu erweitern, die sich auf das Vertragsmanagement und oder auf die Nutzung des Objekts beziehen. So bieten Leasing-Gesellschaften Tools an, die es Kunden erlauben, alle Vertragsdaten online einzusehen und die Auswirkungen der Leasing-Verpflichtungen auf ihre Liquidität zu planen.

Andere Internet-basierte Tools helfen dem Kunden, die Nutzung der geles-



DR. MARTIN STARCK

ist Präsident des Vereins zur Förderung des Forschungsinstituts für Leasing an der Universität zu Köln. Der frühere Sprecher der Geschäftsführung der LBBW Leasing GmbH, Stuttgart, war zudem langjähriges Vorstandsmitglied des BDL, Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e.V., Berlin, und Vizepräsident des europäischen Branchenverbands Leaseurope, Brüssel.



E-Mail:
rm.starck@t-online.de

ten Objekte effizienter zu gestalten, indem er sich alle Nutzungsdaten nach seinen Bedürfnissen zusammenstellen kann. Die Erfassung detaillierter Nutzungsdaten ermöglicht neuartige Vertragsgestaltungen. So können Leasing-Verträge, deren Raten von Art und Umfang der Nutzung abhängen, abgeschlossen werden. „Pay per use“ ist zwar nicht grundsätzlich neu, mithilfe online-basierter Lösungen lassen sich solche Verträge aber künftig wesentlich einfacher handhaben.

Trend zur Nutzung belebt Leasing

Damit kann die Leasing-Branche zugleich einem neuen Trend entsprechen: Für den Kunden ist nicht das Eigentum an einem Objekt entscheidend, sondern die Nutzung. Der Kunde möchte das Objekt bereitgestellt haben, wenn er es braucht und nur so lange, wie er es benötigt und er möchte nur für die konkrete Nutzung zahlen. „Sharing Economy“ und Nutzung „on demand“ sind dabei die Stichworte.

Die Digitalisierung greift zudem in die Geschäftsprozesse innerhalb der Leasing-Unternehmen ein. Moderne IT-Architekturen ermöglichen eine Verschlinkung der Prozesse im Backoffice und erleichtern die Erfüllung aufsichtlicher Anforderungen insbesondere in den Bereichen Mindestanforderungen an das Risikomanagement sowie Geldwäsche und Terrorismusprävention.

Über Chancen der Digitalisierung für die Umsetzung moderner Mobilitätskonzepte für gewerbliche und private Kunden berichtete Katharina Schmidt, Leiterin von Arval Consulting und des Corporate Vehicle Observatory. Zunächst skizzierte sie die wesentlichen künftigen Entwicklungen im Flottenma-

nagement. Diese sind gekennzeichnet durch einen Trend hin zur Elektromobilität, durch eine Reduzierung der Flottengrößen sowie durch einen signifikanten Rückgang der Erträge aus den typischen Services, die auf Fahrzeuge spezialisierte Leasing-Gesellschaften anbieten. Damit dies nicht auf die Ertragslage durchschlägt, müssen die Leasing-Unternehmen neue Services bereitstellen, die für den Kunden einen Mehrwert erbringen, und für die dadurch eine entsprechende Zahlungsbereitschaft gegeben ist.

Katharina Schmidt wies darauf hin, dass Arval mit der Telematiklösung „Arval Active Link“ eine Applikation entwickelt hat, die dem Kunden ein modernes Flottenmanagement ermöglicht. Diese Applikation gibt es in unterschiedlichen Ausbau- und Berechtigungsstufen, die dem Kunden je nach Bedarf verschiedene Möglichkeiten offerieren. Dazu gehören unter anderem die Analyse von privaten und beruflichen Kilometern, eine Alarmfunktion bei Bewegung ohne Motor und Aufprall, eine Live-Tracking-Option, um Aufträge einzuteilen und ein Fahrer-Ranking nach sicherem und effizientem Fahrverhalten. Unnötige Mehrkilometer können somit eingespart werden, dies reduziert den Treib-

»Leasing-Unternehmen müssen neue Services bereitstellen, die den Kunden Mehrwert bringen.«

KATHARINA SCHMIDT, ARVAL CONSULTING

stoffverbrauch und schont die Umwelt. Hinzu kommt, dass die Verbesserung der Fahrsicherheit gefördert wird und Geschäftsprozesse effizienter gestaltet werden können.

Thomas Rebentisch, Generalbevollmächtigter der Südleasing GmbH, stellte die Umsetzung von Digitalisierungsstrategien innerhalb seines Unternehmens dar. Die Leasing-Gesellschaft nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung dazu, die Schnittstelle zum Kunden besser an dessen Wünsche ausrichten zu können. Für den Kunden steht immer

Eindrücke vom Leasing-Symposium 2018



(v.l.n.r.) Thomas Rebentisch, Südleasing, Katharina Schmidt, Arval Consulting, Dr. Martin Starck und Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels

mehr die Nutzung des Objekts, nicht das Eigentum daran im Vordergrund. Dies bedeutet kürzere Zeitfenster der Nutzung sowie eine variable Nutzung mit flexiblen Abrechnungsmodellen in Abhängigkeit von der Nutzungsintensität. Dies wiederum erfordert den automatischen Austausch von Maschinendaten wie zum Beispiel Kennzahlen zur Laufleistung.

Der Kunde erwartet zudem, dass ihm mit dem Leasing-Vertrag nicht nur ein Produkt, das ihm eine Nutzungsmöglichkeit verschafft, angeboten wird, sondern zunehmend eine Problemlösung. Das bedeutet, dass Leasing-Gesellschaften künftig umfassende Servicepakete rund um die Nutzung von Objekten anbieten müssen.

Der Abschluss von Leasing-Verträgen in der Dreiecksbeziehung Hersteller-Händler-Kunde wird durch die Bereitstellung einer Plattform, die allen drei Beteiligten einen einfachen und schnellen Zugang zu bewährten und innovativen Finanzierungsprodukten ermöglicht, erheblich vereinfacht.

Dies ermöglicht es Händlern und Kunden, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren. Dem Kunden wird im Rahmen eines „Omni-Channel-Konzepts“ die Möglichkeit gegeben, beliebig, also auch während des Vertragsprozesses zwischen verschiedenen Kanälen zu wechseln. Auf Seiten der Südleasing gibt es dazu keine funktionalen Silos pro Channel mehr.

Ergänzt wird die Plattform durch das hauseigene Serviceportal, das Funktionen an den Kunden auslagert, die Effizienz von Prozessen verbessert und die Kundenzufriedenheit erhöht. Das Onlineportal bietet dem Kunden Hilfe-

»Digitalisierung bedeutet die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.«

THOMAS REBENTISCH, SÜDLEASING

stellung bei der Antragskalkulation, unterstützt die Anforderung und Einreichung von Dokumenten und zeigt dem Kunden den Vertragsbestand an. Die Entwicklung der Online-Plattform versteht das Stuttgarter Leasing-Unternehmen als Teil einer umfassenden Erneuerung der gesamten IT-Architektur. Diese soll das aktuelle Geschäft sichern und Freiräume für Veränderungen schaffen. So verstanden bedeutet Digitalisierung nicht nur die Verbesserung von bestehenden Prozessen, sondern die Entwicklung neuer, digitalisierter Geschäftsmodelle.

In der anschließenden Diskussion wurde deutlich, dass das Thema Digitalisierung für alle von größter Bedeutung ist. Gleichzeitig herrscht beträchtliche Unsicherheit darüber, welche Entwicklungen sich am Markt durchsetzen werden. Gewissheit liegt darin, dass derjenige, der die Entwicklungen verschläft, den Fortbestand seines Unternehmens gefährdet. ■■■