

# Unternehmen wollen künftig mehr Leasing nutzen

Studie „Leasing-Trends im Mittelstand“

Wie nutzt der Mittelstand Leasing und was ist den Unternehmen dabei wichtig? Diese Kernfragen hat die Abcfinance GmbH gemeinsam mit dem Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln in einer aktuellen Studie 550 Unternehmen gestellt. Darunter 150 Firmen, die Leasing bisher nicht eingesetzt haben. Daraus ergeben sich Erkenntnisse über das Finanzierungsverhalten und die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen – die erwarten beispielsweise Full-Service, Branchenexpertise und persönliche Beratung. Der Autor fasst die Studienergebnisse zusammen. (Red.)

Leasing ist aus dem Finanzierungsmix mittelständischer Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Rund 70 Prozent des deutschen Mittelstandes nutzen derzeit Leasing; in erster Linie, um ihre Liquidität zu schonen. In der aktuellen Studie wurde nun untersucht, welche Merkmale die Nachfrage nach Leasing treiben und wie die aktuellen und künftigen Finanzierungsbedürfnisse von Unternehmen aussehen.<sup>1)</sup> Insgesamt 550 mittelständische Unternehmen aus einem breiten Branchenspektrum wurden durch das Forschungsinstitut für Leasing zu ihrem Leasing-Verhalten und ihren Finanzierungsbedürfnissen befragt.



JAN KÖNIGSHOFEN

ist Marketing Manager bei Abcfinance GmbH, Köln, und hat die Studie federführend begleitet.



E-Mail:

jan.koenigshofen@abcfinance.de

22 Prozent der für die Studie befragten Leasing-Nutzer planen, ihr Leasing-Engagement künftig weiter auszubauen. Als Treiber der Nachfrage werden vor allem individuelle Full-Service-Leistungen genannt, also Zusatzleistungen, die in die Leasing-Verträge eingeschlossen werden können.

## Die Nachfrage nach Leasing-Finanzierungen steigt

In allen betrachteten Branchen ist der Anteil derer, die in Zukunft mehr Leasing nutzen wollen, höher als derjenigen, die ihr Engagement zurückfahren möchten. Überdurchschnittliche Zuwachsraten zeichnen sich in den Branchen Transport und Logistik sowie Bau ab. Das kann daran liegen, dass in beiden Branchen die größten Objektkategorien Fahrzeuge (PKW: 65 Prozent, Nutzfahrzeuge: 24 Prozent) einen hohen Anteil an ihrem Geschäft haben. Besonders in der Transport- und Logistikbranche scheint sich zudem die reine Nutzung von auch anderen Investitionsgütern gegenüber dem Eigentumserwerb durchzusetzen (dazu auch Trend 3).

Die Nachfrage in der Baubranche lässt sich vermutlich durch den derzeitigen Rekord-Auftragsstand und einen entsprechend hohen Investitionsbedarf erklären. Im verarbeitenden Gewerbe dagegen, bisher die Branche mit dem

höchsten Anteil an Leasing-Nutzern, scheint die Nachfrage zu stagnieren, obwohl eine zeitgleiche Umfrage des Ifo-Instituts einen Anstieg der geplanten Investitionen um sieben Prozent (im Jahr 2018) und für 2019 in Höhe von elf Prozent ermittelt hat. Möglicherweise haben die Industrieunternehmen ihre tatsächliche Investitionsbereitschaft aufgrund rückläufiger Konjunkturprognosen zunächst

## Die Kernergebnisse:

**Trend 1:** Die Leasing-Nutzung wird weiter zunehmen.

- Inkludierte Services und Beratung treiben Nachfrage
- Überproportionaler Zuwachs in Transport- und Baubranche
- Prinzipielle Entscheidung ist für Nicht-Nutzer wichtiger als Leasing-Vorteile

**Trend 2:** Der Individualisierungswunsch der Unternehmen fordert zunehmende Spezialisierung der Finanzpartner.

- Persönliche Beratung schlägt Online-Portale
- Individuelle Services machen Leasing auch für Nicht-Nutzer attraktiv
- Leasing-Anbieter punkten bei Passgenauigkeit, Konditionen und Branchenkenntnis

**Trend 3:** Die Digitalisierung verändert den Eigentumsgedanken.

- Eigentumserwerb nach wie vor wichtiger als reine Nutzung
- Besonders bei EDV-Objekten wächst der Eigentumswunsch
- Ein Umdenken in einzelnen Branchen deutet sich an

nach unten korrigiert. Weiterhin sind für die befragten Unternehmen flexible Ratenzahlungsoptionen und die Möglichkeit, geleaste Objekte am Ende der Laufzeit zu erwerben, attraktive Optionen bei einer Leasing-Finanzierung.

## Nicht-Nutzer beschäftigen sich nicht mit Leasing

Der Zuwachs im Leasing-Neugeschäft scheint überwiegend an den Unternehmen zu liegen, die ihr bestehendes Leasing-Engagement ausbauen und weniger an Leasing-Neulingen. Über 80 Prozent der befragten Nicht-Nutzer wollen auch weiterhin ihre „No-Leasing-Strategie“ fahren. Die zwei wesentlichen Gründe dafür sind, dass sie einen Kauf gegenüber der reinen Nutzung (44 Prozent) bevorzugen, und dass die jeweilige Firmenphilosophie Leasing nicht zulässt (42 Prozent). Nur wenige Unternehmen geben an, Leasing sei zu teuer (sieben Prozent) oder sie seien mit Leasing nicht vertraut (fünf Prozent). Gegen eine Leasing-Nutzung sprechen also weder Kostengründe noch mangelndes Wissen, sondern neben dem ausgeprägten Eigentumswunsch eine unspezifische, möglicherweise tradierte Grundeinstellung gegenüber Leasing.

Fraglich ist, ob auch bei der jüngeren Managementgeneration die oben genannte tradierte Grundhaltung gegenüber Leasing Bestand haben wird oder ob sie unter dem Einfluss der zunehmenden „Sharing Economy“ grundsätzlich mehr Bereitschaft gegenüber Leasing entwickelt.

Unter Trend 3 wurde untersucht, inwieweit sich in dieser Einstellung Änderungen abzeichnen. Klar ist, dass das Interesse an den leasing-spezifischen Vorteilen auch bei Nicht-Nutzern groß ist und Serviceoptionen äußerst attraktiv sind. Die Herausforderung für die Leasing-Wirtschaft ist es, passende Hebel zu finden, um die Finanzierungslösung auch jenseits des Fahrzeugs als relevante Option im Mindset der Unternehmen zu etablieren. Jedes Unternehmen sollte den leasing-typischen Nutzen, wie die Li-

Abbildung 1: Die Nachfrage steigt

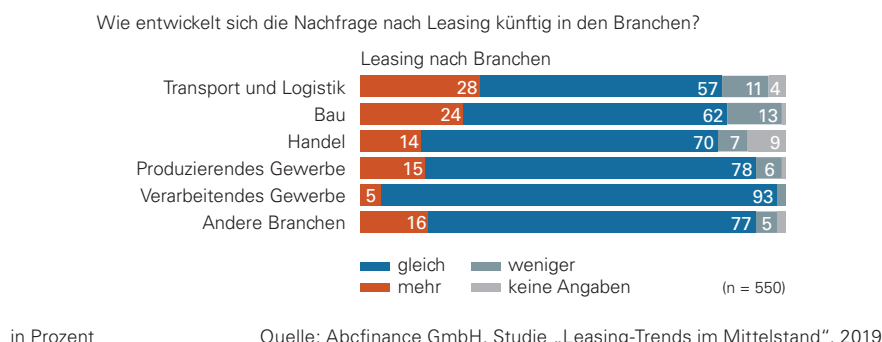
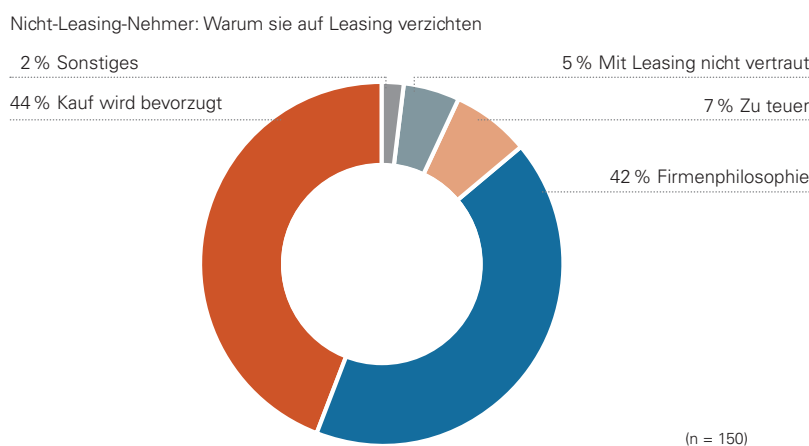


Abbildung 2: Warum Unternehmen auf Leasing verzichten



quiditätsschonung, die Verbesserung der Eigenkapitalquote sowie bilanzielle und steuerliche Vorteile kennen und bei Investitionsentscheidungen zumindest prüfen.

## Individualisierungswünsche werden wahr

Die persönliche Beratung steht für Unternehmen in Finanzierungsfragen an erster Stelle. Die Befragten sprachen sich zu großer Mehrheit hierfür aus. Online-Abschlüsse von Leasing-Finanzierungen scheinen weniger gewünscht. Bei Leasing-Nehmern ist dieser Wunsch nach einem direkten Ansprechpartner noch ausgeprägter (90 Prozent) als bei Nicht-Nutzern (63 Prozent). Grundsätzlich ziehen 80 Prozent der Leasing-Nutzer eine individuelle Lösung vor; 64 Prozent sind es bei den Nicht-Nutzern. Die Ent-

scheidung für Leasing scheint mit einem starken Individualisierungsbedürfnis einherzugehen.

Um den gewünschten Individualisierungsgrad anbieten zu können, ist große Expertise in Sachen Geschäftsmodell, Branchenanforderungen und Investitionsobjekten notwendig. Branchenexpertise wird für Leasing-Unternehmen zu einem der wichtigsten Differenzierungsmerkmale. Das bestätigt die Studie, denn 65 Prozent der Leasing-Nutzer und 45 Prozent der Nicht-Nutzer bevorzugen auf Branchen spezialisierte Finanzierungspartner. Hier haben die Leasing-Spezialisten im Vergleich zu den Hausbanken die Nase vorn. Noch deutlicher punkten können Leasing-Anbieter aus Sicht der Unternehmen in Sachen Passgenauigkeit (plus 20 Prozent „Sehr gut“-Aussagen) und Konditionen (plus elf Prozent „Sehr gut“-Aussagen).

Nach der Gesamtzufriedenheit mit ihren Finanzierungspartnern befragt, bewerten drei Viertel der Leasing-Nehmer ihren Leasing-Geber als sehr gut bis ausgezeichnet. Doch das allein

erklärt die Nachfrage nach Leasing nicht, denn auch die Zufriedenheit mit der Hausbank ist bei den Leasing-Nutzern hoch. Allerdings bewerten Unternehmen, die Erfahrung sowohl mit

einer Leasing-Gesellschaft als auch mit der Hausbank haben, ihre Leasing-Partner besser als die Bank. Wie mithilfe von Regressionsanalysen deutlich wird, bestimmen vor allem drei Kriterien die Gesamtzufriedenheit der Unternehmen: Die Qualität der Beratung, die Branchenkenntnis sowie die Gestaltung der Konditionen.

Abbildung 3: Was schätzen die Kunden an Leasing

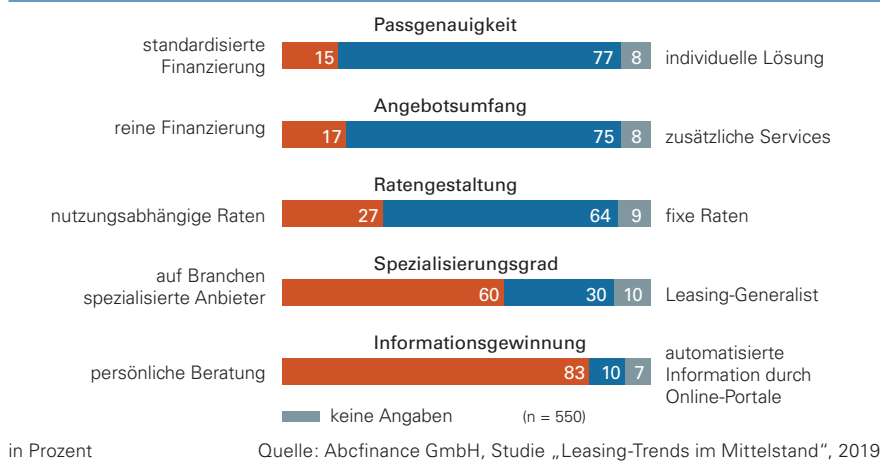


Abbildung 4: Zufriedenheit mit der Hausbank (Leasing-Nehmer und Nicht-Leasing-Nehmer)

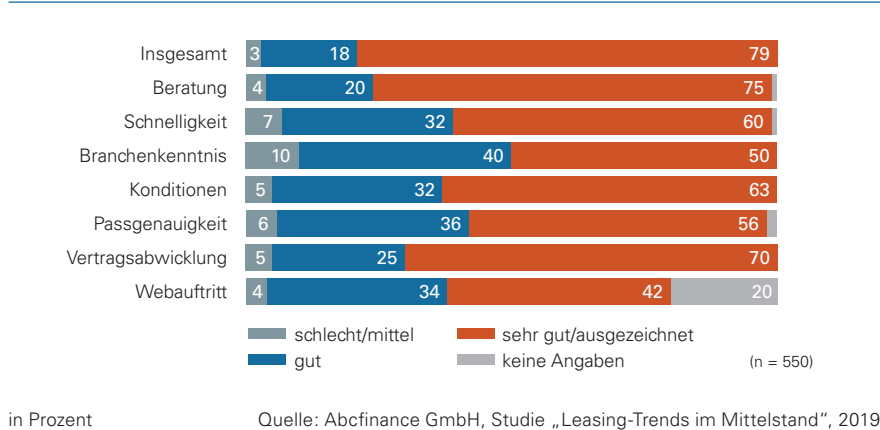
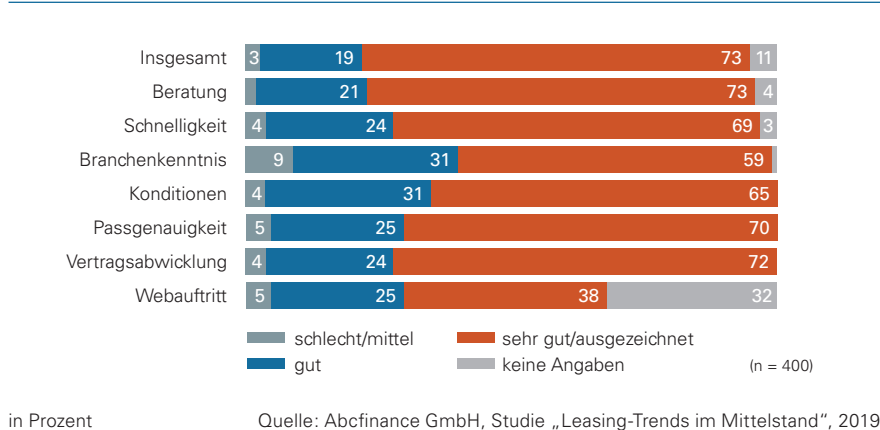


Abbildung 5: Hohe Zufriedenheit mit dem Anbieter



## Digitalisierung scheint im Mittelstand angekommen

Der Wunsch, Eigentümer geschäftsrelevanter Investitionsobjekte zu werden, anstatt die alleinige Nutzung als wichtigstes Kriterium zu erachten, ist im Mittelstand noch weit verbreitet. Das Phänomen „Eigentumswunsch“ beobachtet man vor allem in Deutschland. Insgesamt ist der Eigentumswunsch in der diesjährigen Studie über alle Befragten hinweg und in den meisten Objektkategorien gestiegen.

Es gibt im Vergleich zu der Studie aus dem Jahr 2015 eine Verschiebung: Der Anteil der Leasing-Nehmer, die das Eigentum von EDV (Software/Hardware) als wichtig beurteilten, ist um fast 20 Prozent (Software 5 Prozent, Hardware 19 Prozent) gestiegen. In einigen Branchen stieg der Anteil sehr stark: Besonders in der Transport- und Logistik- sowie der Baubranche scheint der Wunsch nach Eigentum an branchenspezifischen Objekten, wie Lkw oder Baumaschinen, zu schwinden und sich auf EDV zu verlagern.

Die deutliche Verschiebung im Segment EDV beziehungsweise Computer Hardware/Software des Eigentumswunsches kann als Indikator dafür gesehen werden, dass die Digitalisierung das Kerngeschäft der Unternehmen bereits deutlich verändert und an Bedeutung gewonnen hat. Die Digitalisierung, so scheint es, ist im Mittelstand angekommen.

### Fußnote

1) Die gesamte Studie steht unter [www.abc-finance.de/leasingtrends2019](http://www.abc-finance.de/leasingtrends2019) kostenlos zum Download zur Verfügung.