

Leasing ist attraktiver denn je

Kantar-Marktstudie 2020 zeigt Kernnutzen

Leasing erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Das ist das zentrale Ergebnis der neuen Kantar-Marktstudie, die der Bundesverband Deutsche Leasing-Unternehmen e.V. (BDL) traditionsgemäß in Auftrag gegeben hat. Die Autorin stellt die Ergebnisse vor und zeigt auf, was Kunden an der Branche schätzen. Es wird deutlich: Leasing wächst an den Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und bietet gerade für Unternehmen konkrete Lösungen. Denn Digitalisierung und Nachhaltigkeit lassen sich optimal mit dem Grundgedanken des Leasings vereinen. (Red.)

Leasing ist attraktiver denn je und gewinnt auch fast 60 Jahre nach der Etablierung in Deutschland neue Anhänger. Die Investitionsform, 1962 aus den USA in die Bundesrepublik importiert, ist inzwischen aus dem Wirtschaftsalltag nicht mehr wegzudenken. Leasing hat einen festen Platz in den Köpfen der Unternehmenslenker eingenommen. Dies belegt die aktuelle Marktstudie „Leasing in Deutschland 2020“. Die Leasing-Wirtschaft hat sich in den vergangenen Jahrzehnten an die wandelnden Kundenbedürfnisse angepasst und geeignete Angebote für deren Herausforderungen entwickelt. Klimaschutzmaßnahmen, Elektromobilität oder Digitalisierung – die repräsentative Befragung zeigt, dass die Lea-

sing-Wirtschaft für Unternehmen attraktive Lösungen bietet.

Darüber hinaus hat die ursprüngliche Leasing-Leitidee „Nutzen statt Eigentum“ in Zeiten der Sharing Economy einen neuen Schub erhalten. Dies belegt nicht zuletzt die aktuelle Rangliste der Leasing-Motive, die die befragten Unternehmen nennen. So ist das am häufigsten genannte Argument: „Man kann nach Ablauf der Vertragslaufzeit das Objekt zurückgeben.“

Die Studie „Leasing in Deutschland 2020“ hat das Marktforschungsinstitut Kantar im Auftrag des Bundesverbands Deutscher Leasing-Unternehmen e.V. (BDL) in diesem Jahr zum vierten Mal realisiert. Die Vorgängerstudien fanden etwa alle fünf Jahre statt. Für die aktuelle Untersuchung befragte Kantar Geschäftsführungen sowie Finanzentscheider vom 10. Januar bis zum 28. Februar 2020. Die Aussagen beziehen sich daher auf die Erfahrungen in 2019 und die Erwartungen für 2020, noch vor dem Ausbruch der Corona-Krise.

Leasing immer gefragter

Leasing hat in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen. Inzwischen ziehen 80 Prozent der Unternehmen in Deutschland Leasing in Betracht, wenn sie in Ausrüstungsgüter investieren wollen (Abbildung 1). Während noch vor fünf Jahren 36 Prozent der Unternehmen Leasing nie in ihre

Überlegungen einbezogen haben, schmilzt der Anteil an Ablehnern auf aktuell 21 Prozent. Kommt es letztlich zur Entscheidung der Investitionsform, realisieren drei von vier Unternehmen ihre Investitionsvorhaben mittels Leasing. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bis 50 Mitarbeiter greifen stärker auf Leasing zurück als 2015. Gleichzeitig sind mehr Unternehmer zu sogenannten Heavy Usern geworden, die immer oder sehr häufig ihre Fahrzeuge, Maschinen, IT-Geräte oder andere Wirtschaftsgüter leasen. Aktuell sind dies 40 Prozent, 2015 waren es 24 Prozent.

Der verstärkte Zuspruch spiegelt sich auch in der guten Beurteilung der Leasing-Gesellschaften wider. Die Unternehmen sind mit ihren Leasing-Partnern sehr zufrieden. Diese Tendenz hat im Vergleich zu 2015 nochmals zugenommen. Mehr als drei von vier Unternehmen (83 Prozent) sind äußerst und sehr zufrieden. Vor fünf Jahren vergaben nur etwas mehr als die Hälfte der Leasing-Nehmer diese Bestnoten (55 Prozent). Auch hier sind es die KMU, die die Zusammenarbeit besonders positiv beurteilen. 90 Prozent sind äußerst oder sehr zufrieden, vor fünf Jahren waren es 56 Prozent.

Treiber für „grüne“ Investitionen

Zu den aktuellen Herausforderungen der Wirtschaft in Deutschland zählen die Digitalisierung – was nicht zuletzt die vergangenen Monate der Corona-Krise gezeigt haben – sowie Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Kann Leasing bei diesen Schwerpunkten die Unternehmen unterstützen? Die befragten Firmen bejahen dies mehrheitlich. 27 Prozent haben bereits in umweltfreundlichere, „grüne“ Technologien investiert. Zum Beispiel in erneuerbare Energieanlagen, Umwelttechnik, Elek-



HEIKE SCHUR

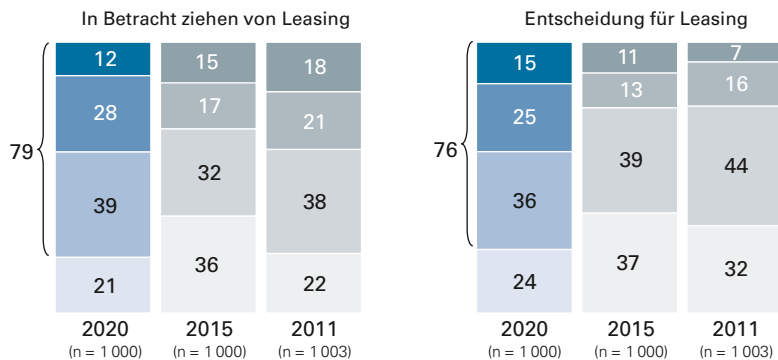
arbeitet seit 2005 als Referatsleiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen e.V., Berlin.



E-Mail:
schur@leasingverband.de

Abbildung 1: Attraktivität von Leasing

Leasing als Finanzierungsform hat im Zeitverlauf deutlich an Bedeutung zugenommen



Basis: Unternehmen in Deutschland; Angaben in Prozent

Frage 1: Inwieweit wurde bei diesen Investitionsentscheidungen die Finanzierungsform „Leasing“ in Betracht gezogen?

Frage 2: Und wie haben Sie dann letztlich finanziert? Haben Sie sich für Leasing entschieden?

■ immer ■ häufig ■ sporadisch ■ nie

Quelle: Kantar/BDL

tromobilität, emissionsärmere und energieeffiziente Anlagen und Maschinen. 33 Prozent planen eine solche Investition. Am häufigsten wurde in den vergangenen zwei Jahren in erneuerbare Energieanlagen investiert (38 Prozent). Für die nächsten zwei Jahre dominieren Investitionen in Elektroautos und Hybride (35 beziehungsweise 34 Prozent).

Die bereits getätigten und die geplanten Investitionen werden hauptsächlich über Leasing realisiert. Der Leasing-Anteil an künftigen Finanzprojekten beträgt 59 Prozent. An zweiter Stelle folgt der Cashflow, dann der Kredit (Abbildung 2). Dies ist in den zurückliegenden Zeiten hoher Liquidität vor der Corona-Krise wenig überraschend.

Die Studie zeigt, dass Leasing die Elektromobilität in Deutschland vorantreibt. Auch bei Investitionen in umweltfreundliche Technologien nutzen die Unternehmen ihre Leasing-Partner zur Realisierung. Etwa wenn es um erneuerbare Energien und Energieeffizienz geht.

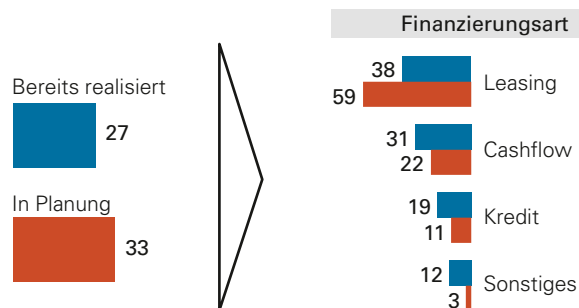
Enabler der Digitalisierung

Leasing-Gesellschaften verfügen über eine ausgeprägte Objekt- und Marktexpertise. Das bescheinigen 76 Prozent

der befragten Unternehmen. Dies kommt besonders bei der Digitalisierung zum Tragen. Zwar dominiert bei Investitionen in Digitalisierungsprojekte im Befragungszeitraum der Cashflow mit 71 Prozent für bereits realisierte und 70 Prozent für geplante Investitionen die Finanzierung. Betrachtet man jedoch nur die außenfinanzierten Investitionen, so wird Leasing am häufigsten genutzt: 57 Prozent bei bereits getätigten Investitionen und 66 Prozent für geplante Projekte. Kredite spielen jeweils eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 2: „Grüne“ Investitionen mittels Leasing realisiert

Knapp vier von zehn der Befragten haben ihre „grünen“ Investitionen mittels Leasing realisiert; sechs von zehn planen dies für zukünftige Investitionen



Basis: Leasing-affine Unternehmen (n = 750); Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; Darstellung ohne weiß nicht/keine Angabe

Frage 14: Haben Sie in Ihrem Unternehmen in den letzten zwei Jahren bereits grüne Investitionen realisiert beziehungsweise plant Ihr Unternehmen in den nächsten zwei Jahren eine grüne Investition?

Frage 16: Und wie haben Sie Ihre bisherigen grünen Investitionen vorwiegend finanziert beziehungsweise wie planen Sie Ihre zukünftigen grünen Investitionen zu finanzieren?

Quelle: Kantar/BDL

Für die Bevorzugung des Cashflows gibt es eine schlüssige Erklärung: Digitalisierungsprojekte haben einen hohen Anteil an Personalkosten und Vorleistungen. Der Anteil an materiellen Investitionen ist vergleichsweise geringer.

Mehrwerte durch Digitalisierung

Das Zusammenspiel von Digitalisierung und Leasing bringt vielen Leasing-Kunden Mehrwerte. 84 Prozent der Firmen sehen Vorteile durch optimierte Services und Reporting in der Objektnutzung. Dass die Digitalisierung für passende Angebote auf Basis der tatsächlichen Objektnutzung sorgt, begrüßen 76 Prozent.

Nicht ganz so stark im Fokus steht für Kunden die Vereinfachung der Zusammenarbeit durch digitale Prozesse (67 Prozent). Wenig überraschend ist es, dass je jünger die Befragten sind, desto höher ihre Zustimmung für die jeweiligen Vorteile ausfällt, die durch Digitalisierung erzielt werden können.

Vorteil der Rückgabemöglichkeit

Was sind die ausschlaggebenden Motive, warum sich heutzutage Unternehm-

Abbildung 3: Top 5 der Leasing-Motive im Zeitverlauf

1994	2002	2007	2011	2015	2020
Leasing schont die Liquidität	Leasing schont die Liquidität	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Leasing schont die Liquidität	Rückgabe des Leasing-Objekts nach Ablauf der Vertragslaufzeit
Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand	Leasing schont die Liquidität	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar	Kosten sind gleichmäßig, genau kalkulierbar
Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Ein Leasing-Vertrag ermöglicht Flexibilität	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand	Bankkreditlinie bleibt erhalten	Leasing schon die Liquidität
Bankkreditlinie bleibt erhalten	Bankkreditlinie bleibt erhalten	Leasing schont die Liquidität	Rückgabe des Leasing-Objekts nach Ablauf der Vertragslaufzeit	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand	Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand
Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Leasing ist steuerlich vorteilhaft	Bankkreditlinie bleibt erhalten	Investitionen trotz geringem Investitionsbudget möglich	Bankkreditlinie bleibt erhalten

Basis 2020: Leasing-Nehmer (2020: n = 750; 2015: n = 525); Angaben in Prozent

Frage 6: Es gibt Argumente, die bei einer Investition für Leasing sprechen können. Ich lese Ihnen nun solche Argumente vor und Sie sagen mir bitte, wie wichtig dieser Aspekt für Ihr Unternehmen ist.

Quelle: Kantar/BDL

mer für Leasing entscheiden? Die „Rückgabe des Leasing-Objekts nach der Vertragslaufzeit“ und damit der ursprüngliche Leasing-Leitgedanke, ist für Leasing-Kunden 2020 das entscheidende Argument (Abbildung 3).

Erstmals ist das Motiv der Rückgabemöglichkeit auf den ersten Platz gerückt. An zweiter Stelle folgt als Vorteil die Planbarkeit: „Kosten sind gleichmäßig und genau kalkulierbar.“ Vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen spielen finanzielle Aspekte wie „Liquiditätsschonung“ (Platz drei) und die „Beibehaltung der Bank-Kreditlinie“ (Platz fünf) eine bedeutende Rolle hinsichtlich ihrer Entscheidung für Leasing. Die „Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand“ ist wie 2015 auf dem vierten Platz. Gerade für den Neustart nach der Corona-Krise ist die Liquiditätsschonung durch Leasing ein wichtiges Argument, das bei KMU sicher an Bedeutung gewinnen wird.

Angeborene Serviceleistungen rund um die Nutzung von Fahrzeugen, IT-Equipment oder Maschinen bringen den Unternehmen einen großen Mehrwert. „Ergänzende Services rund um die Objektnutzung“ zur Schonung von

Personalressourcen sehen zwei von fünf Unternehmen als sehr wichtig an. 2015 sagte dies nur gut jedes fünfte Unternehmen. Für 63 Prozent geben die von Leasing-Gesellschaften zusätzlich angebotenen Services sogar den Ausschlag, sich für Leasing zu entscheiden.

Je größer das Unternehmen, desto wichtiger werden die individuell zugeschnittene Investitionslösung und die Flexibilität durch Leasing. Auch die Möglichkeit, Leasing für Investitionen in „innovative Technologien“ oder „umwelttechnische Standards“ zu nutzen, ist laut Befragung vor allem für größere Unternehmen ein Vorteil.

Die Gewichtung der Motive ändert sich in Abhängigkeit vom geleasteten Ausrüstungsgut. So ist für Betriebe, die Industriemaschinen und Anlagen geleast haben, das ausschlaggebende Argument, dass die Betriebsausstattung auf dem modernsten Stand bleibt. Auf Platz vier folgt, dass Leasing Investitionen in neueste umwelttechnische Standards begünstigt. „Leasing ermöglicht eine auf den individuellen Bedarf zugeschnittene Investitionslösung“ – dieser Aspekt ist für Unternehmen, die IT-Geräte leasen, besonders wichtig.

Im Zeitverlauf hat die Rückgabe des Leasing-Objekts als Argument am stärksten an Bedeutung gewonnen. Waren es 2015 nur 33 Prozent der Unternehmen, die dieses Motiv nannten, sind es aktuell 65 Prozent. Ebenso hat das Motiv „ergänzende Serviceangebote“ als ausschlaggebender Beweggrund an Attraktivität zugenommen: von 23 Prozent in 2015 auf 41 Prozent. Dies gilt auch für den Zuspruch der beiden Argumente „Kostenkalkulation“ (aktuell 62 Prozent, 2015: 49 Prozent) und „Betriebsausstattung auf dem neuesten Stand“ (derzeit 56 Prozent, 2015: 43 Prozent).

Expertise und Service

Leasing-Gesellschaften stehen für Full-Service („Alles aus einer Hand“) und Marktexpertise. 90 beziehungsweise 76 Prozent der Befragten bestätigen diese Aspekte. Das sind deutlich mehr als in der Befragung 2015. Zwei von drei Unternehmen schätzen vor allem die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Leasing-Gesellschaften.

62 Prozent vertrauen darauf, dass über Hersteller-Leasing guter Service gewährt wird. Jedoch teilen 33 Prozent

Zur Methodik der Studie

Die repräsentative Marktstudie wurde im Auftrag des BDL vom Marktforschungsinstitut Kantar zum vierten Mal realisiert. Wie ihre Vorgängeruntersuchungen fußt sie auf einem qualitativen Teil (intensive Befragung weniger Leasing-Nehmer in Gruppendiskussionen Ende 2019) und einem quantitativen Teil (Januar/Februar 2020). Telefonisch befragt wurden 750 Unternehmensvertreter, die Leasing nutzen, und 250 Nicht-Nutzer. Die Unternehmen gehören verschiedenen Branchen und Unternehmensgrößen an (KMU, Mittelstand und Großunternehmen). Der Fokus der Befragung lag auf leasing-affinen Betrieben. Also auf Unternehmen, die Leasing nicht prinzipiell ablehnen, sondern mindestens sporadisch nutzen.

Die Grundgesamtheit der quantitativen Befragung stellen Firmen in Deutschland ab fünf Beschäftigten dar. Die befragten Personen sind Geschäftsführer und Finanzentscheider in den Unternehmen. Analog zu den Vorgängerstudien wurde die Stichprobe disproportional nach Unternehmensgröße, Branche und regionaler Verteilung geschichtet, um ausreichend große Fallzahlen pro Grup-

pe zu erhalten. Die Daten wurden in telefonischen Interviews (CATI-Methode) erhoben.

Befragt wurden Leasing-Nutzer der Branchen:

- › Verarbeitendes Gewerbe (inklusive Energie/Wasser)
- › Bau
- › Handel
- › Verkehr-/Nachrichtenübermittlung
- › Dienstleistung (inklusive Gesundheitswesen und Freizeit)

Die Unternehmen wurden in folgende Größenklassen bei der Auswertung unterteilt: Kleinunternehmen mit fünf bis 20 Beschäftigten sowie kleine Firmen mit 21 bis 49 Beschäftigten, mittlere Unternehmen (50 bis 499) und Großunternehmen (500 bis 10000).

Die Interviewdauer lag für Leasing-Nutzer durchschnittlich bei 20 Minuten. Die Telefonbefragungen fanden vom 10. Januar bis 28. Februar 2020 statt und beziehen sich auf die Erfahrungen in 2019 und Erwartungen für 2020 (vor Ausbruch der Corona-Krise). Die Ergebnisse sind gewichtet und daher repräsentativ.

das nicht. Sie sehen Servicequalität unabhängig vom Eigentümerhintergrund der Leasing-Gesellschaft garantiert.

Customer Journey und People's Business

Am Anfang des Customer Journey steht der Investitionswunsch, die Anschaffung einer neuen Maschine, eines Fahrzeuges, IT-Equipments et cetera. Dann legt der Kunde fest, ob das Objekt geleast, gemietet, finanziert oder gekauft werden soll. Wenn der Kunde sich für Leasing entschieden hat, sucht er in der Regel nach einem passenden Hersteller oder Händler für sein Ausrüstungsgut und nicht vorrangig nach einer Leasing-Gesellschaft.

Wie finden nun Leasing-Kunde und Leasing-Gesellschaft zueinander? Bei der großen Mehrheit (58 Prozent) ist Leasing fester Bestandteil des Herstellerangebotes. Dies entspricht etwa dem Anteil des Vertriebsweges Hersteller/

Händler in der BDL-Statistik. Ein kleinerer Teil der Unternehmensvertreter (17 Prozent) hat sich aufgrund persönlicher Empfehlungen von Kollegen oder Bekannten für eine Leasing-Gesellschaft entschieden. Die Ausschreibung spielt vor allem bei Großunternehmen eine

nennenswerte Rolle. Nur rund ein Prozent der Befragten hat seinen Leasing-Partner final über eine Vergleichsplattform im Internet ausgewählt.

Von ihrem Partner wünschen sich die Geschäftskunden flexibles Eingehen auf den individuellen Bedarf, Transparenz sowie das Aufzeigen von Optimierungsmöglichkeiten. Dazu soll es sich um einen vertrauensvollen, zuverlässigen und professionellen Kontakt handeln. Dies umfasst in erster Linie einen erreichbaren kompetenten Ansprechpartner, der bei Problemen sofort hilft. Die Nutzung digitaler Möglichkeiten wird dabei vorausgesetzt. Leasing bleibt daher People's Business.

Neuer Schub durch Sharing Economy

Die Marktstudie „Leasing in Deutschland 2020“ belegt, Leasing ist attraktiver denn je und wird verstärkt von KMU genutzt. Auch die Anzahl der Unternehmen, die intensiv mittels Leasing Investitionen realisieren, ist gestiegen. In Zeiten der Sharing Economy hat die ursprüngliche Leasing-Leitidee „Nutzen statt Eigentum“ einen neuen Schub erhalten. Die Rückgabemöglichkeit des Wirtschaftsgutes nach Ablauf der Nutzungsvereinbarung schätzen immer mehr Unternehmen als wichtiges Leasing-Motiv – neben Planungssicherheit und Liquiditätsschonung.

Leasing unterstützt die Unternehmen bei Herausforderungen wie Digitalisierung und Anforderungen an umweltfreundlichere moderne Technik. Mit

»Leasing-Gesellschaften stehen für Full-Service und Marktexpertise.«

Leasing werden „grüne“ Investitionen realisiert. Zudem treibt Leasing die Elektromobilität in Deutschland voran. Kunden schätzen die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit ihrer Leasing-Gesellschaft und sind mit ihrem Leasing-Partner äußerst zufrieden. ■