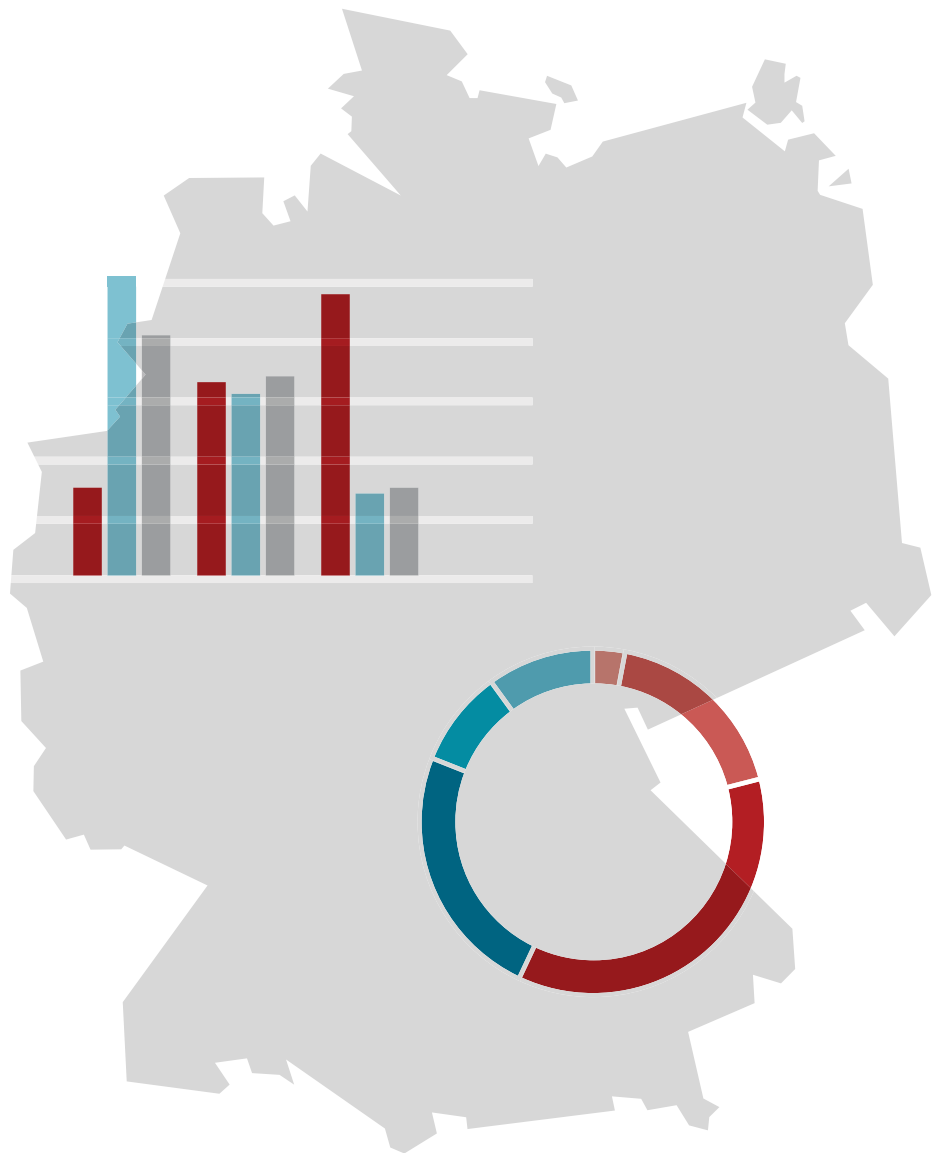


# Leasingtrends im deutschen Mittelstand

Studie zur aktuellen und künftigen Leasingfinanzierung  
vorgelegt von der abcfinance GmbH und dem  
Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln



## Inhalt

Vorwort .....	3
Profile abcfinance GmbH & Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln.....	4
Steckbrief der Studie „Leasingtrends im deutschen Mittelstand“ .....	5
Zusammenfassung .....	6
Beschreibung der Unternehmenskennzahlen .....	7
Ergebnisse der Studie „Leasingtrends im deutschen Mittelstand“ .....	9
Leasingnutzung nach Unternehmensgröße.....	9
Unterschiede in der Leasingnutzung nach Branchen.....	9
Rolle im Finanzierungsmix .....	11
Intensität der Leasingnutzung und bevorzugte Objekte .....	11
Zukünftige Nachfrage nach Leasingfinanzierungen.....	15
Objekteigentum und Zusatzleistungen.....	16
Zufriedenheit mit dem Finanzierungspartner .....	19
Kunden der abcfinance GmbH.....	20
Besondere Formen des Leasings.....	22
Ausblick.....	23

**Herausgeber:** abcfinance GmbH, Kamekestr. 2-8, 50672 Köln. **Verantwortlich:** Dirk Bittmann

**Wissenschaftliche Beratung:** Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Prof. Dr. Bodo Kirf,  
Dipl.-Wirt.-Math. Patrick Miller, Dipl.-Wirt.-Math. Eugen Töws

**Umsetzung/Grafik:** DJM Communication GmbH, nk neue kommunikation GmbH

## Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Leasing hat inzwischen eine jahrzehntelange Tradition in Deutschland. In dieser Zeit haben sich die Angebote und Lösungen der Leasinggeber ausdifferenziert und spezialisiert. Es kann heutzutage so gut wie jedes Investitionsgut über Leasing finanziert werden. Ergänzend werden passgenaue und flexible Elemente zusätzlich zur reinen Finanzierungsleistung angeboten, welche das Produkt Leasing immer weiter aufwerten und von einer schlichten Alternative zum klassischen Bankkredit entfernen.

In zahlreichen Studien wurde die Verbreitung von Leasing, dessen vornehmlicher Nutzen und Umfang untersucht. Die vorliegende Studie konzentriert sich auf den deutschen Mittelstand und hat zum Ziel, zukünftige Trends und Entwicklungen aufzudecken, welche sich in dem hierzulande größten Wirtschaftssegment abzeichnen werden. Die Kernfragen werden hier sein, ob sich die Nachfrage der deutschen Mittelständler in Zukunft verändern und was diese mögliche Veränderung kennzeichnen wird. Zu diesem Zweck haben die abcfinance GmbH und das Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln 530 Unternehmen zu ihren Präferenzen und Plänen hinsichtlich des Leasings befragt.

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass Leasing eine weitere Nachfragesteigerung erfahren wird. Es wird im deutschen Mittelstand rege und strategisch eingesetzt. Ganz besonders die größeren Unternehmen nutzen die Finanzierungsform als wichtigen Baustein im Finanzierungsmix. Es wurde aber auch deutlich, dass es Gruppen von Unternehmen gibt, die sich nach wie vor zurückhaltend bei der Nutzung von Leasing zeigen. Auf mögliche Gründe hierfür wird im Verlauf dieses Berichtes eingegangen.

Diese Broschüre stellt eine Zusammenfassung der Auswertung durch das Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln dar. Sie enthält einige interessante Einblicke in die mittelständische Wirtschaft und Tendenzen für die Zukunft des Leasings in Deutschland.

Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels



**Direktor**

Forschungsinstitut für Leasing  
an der Universität zu Köln

Stephan Ninow



**Geschäftsführer**  
abcfinance GmbH

## Profile



### abcfinance GmbH

Die abcfinance GmbH mit Sitz in Köln bietet ihren Kunden Finanzdienstleistungen in den Bereichen Mobilienleasing und Factoring. Sie wurde 1976 gegründet. Die Geschäftsführung besteht aus Michael Mohr (Sprecher), Stephan Ninow und Jenny Ursinus. Das Unternehmen ist Mitglied der Werhahn-Gruppe, deren Holding – die Wilh. Werhahn KG – in Neuss sitzt.

Bei abcfinance sind rund 550 Mitarbeiter beschäftigt. Sie verteilen sich auf die Kölner Zentrale, weitere Geschäftsstellen im Bundesgebiet, die Tochtergesellschaften in den Niederlanden und Österreich sowie auf die hauseigene abcbank, die ebenfalls in Köln ansässig ist. Mit der abcbank verfügt abcfinance über ein Kreditinstitut, das auf die Refinanzierung von Forderungen aus Leasing- und Factoringgeschäften spezialisiert und an den Einlagensicherungsfonds des Bundesverbandes deutscher Banken angeschlossen ist. Darüber hinaus ist abcfinance Mitglied im Bundesverband Deutscher Leasingunternehmen und im Deutschen Factoring-Verband.



### Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln

Das Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln wird von Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels geleitet. Zu den Forschungsschwerpunkten gehören sowohl theoretische Fragestellungen aus dem Bereich der Grundlagenforschung als auch aktuelle Fragestellungen, die für die Leasingbranche von Bedeutung sind. Mit seinen derzeit 4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern leistet es seit über 30 Jahren grundlegende Forschungsarbeit und wendet hier schwerpunktmäßig empirische Methoden an. Das Forschungsinstitut für Leasing ist am Seminar für ABWL und Bankbetriebslehre der Universität zu Köln angesiedelt und bietet neben der forschenden Tätigkeit auch Lehrbausteine für die Studierenden innerhalb von Bachelor- und Masterstudiengängen an.

## Steckbrief der Studie „Leasingtrends im deutschen Mittelstand“

Im Zeitraum zwischen November und Dezember 2014 wurden 530 mittelständische Unternehmen mit Sitz in Deutschland durch das unabhängige Meinungsforschungsinstitut YouGov telefonisch zu ihrer Nutzung von Leasingfinanzierungen befragt (CATI-Methode). Die Kontaktdaten wurden von YouGov generiert. abcfinance GmbH ergänzte diese um 50 Mandanten, die mit zu den Befragten zählen. Die kontaktierten Unternehmen gaben größtenteils einen Umsatz zwischen 1 und 50 Mio. Euro und eine Mitarbeiterzahl zwischen unter 20 und 100 Beschäftigten an. Das Befragungssegment wird im Folgenden als „der deutsche Mittelstand“ oder „die Unternehmen“ bezeichnet.

BEFRAGTE UNTERNEHMEN

**530**

UMSATZVOLUMEN

**1-50** Mio.

MITARBEITERZAHL

**20-100**

Die befragten Personen gaben an, persönlich für das Thema Finanzen und für den Bereich Leasing verantwortlich bzw. mitverantwortlich zu sein. Der Fragebogen umfasste insgesamt 15 geschlossene und offene Fragen. Mit Befragten, die aktuell kein Leasing nutzen, wurde ein verkürzter Fragebogen von 14 Fragen bearbeitet. Als Methode zur Quantifizierung von Abhängigkeiten bzw. sogenannten Chancen wurde die lineare Regression angewendet.

Die Auswertung der Daten wurde vom Forschungsinstitut für Leasing an der Universität zu Köln unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels vorgenommen. Der vorliegende Bericht ist eine Zusammenfassung dieser Auswertung.

## Zusammenfassung

- ▶ **In Zukunft wird die Leasingnachfrage insgesamt zunehmen. Dieser Trend ist über alle untersuchten Branchen hinweg zu beobachten.**
- ▶ Unternehmen, die bereits intensiv Leasingleistungen in Anspruch nehmen, sind mehrheitlich **mit dieser Finanzierungsform zufrieden** und werden in Zukunft ihre **Leasing-Nutzung ausbauen** oder zumindest im aktuellen Umfang beibehalten.
- ▶ In der Gesamtheit der mittelständischen Unternehmen ist **Leasing ein fester Bestandteil im Finanzierungsmix**. Die Unternehmen nutzen Leasing im Wesentlichen aufgrund der spezifischen Vorteile und nicht, um Kredite von Banken zu ersetzen.
- ▶ Die Studienergebnisse verdeutlichen zudem, dass Leasingnutzer zunehmend **Preise vergleichen**. Dies deutet auf eine **ansteigende Wechselbereitschaft der Mittelständler** bezüglich des Leasinganbieters hin.
- ▶ Die Nachfrage wird sich zugunsten **spezieller Anbieter** mit ausgewiesenem **Branchen-Know-how** verschieben. Von diesem Trend werden insbesondere **unabhängige Leasinggesellschaften** sowie Händler bzw. Hersteller profitieren, die ihren Kunden Leasing zur Finanzierung ihrer Produkte direkt mitanbieten.
- ▶ Die befragten Unternehmen wünschen sich tendenziell für ihre Leasingfinanzierung eine **persönliche Beratung**, individuell auf ihre Bedürfnisse **zugeschnittene Produkte** sowie ein Angebot von Zusatz- und Serviceleistungen und Full-Service-Angebote.
- ▶ Der **Eigentumsgedanke** ist im deutschen Mittelstand noch immer präsent. Allerdings scheint sich dieser nicht auf alle Arten von Investitionsgütern zu beziehen. Außerdem rückt die Eigentumsfrage bei einer möglichen Leasingfinanzierung offenkundig zugunsten anderer Kriterien, wie zum Beispiel zusätzlicher Services, in den Hintergrund.
- ▶ Jene Unternehmen, die kein Leasing nutzen, bleiben in der Begründung ihrer Zurückhaltung eher diffus. Dies deutet darauf hin, dass **Informationsbedarf** zu Nutzungsmöglichkeiten und Benefits von Leasing besteht.
- ▶ Weiterer Informationsbedarf besteht zu **flexiblen Leasingprodukten**, wie z. B. nutzungsabhängige Raten. Ebenso wenig ist den meisten mittelständischen Unternehmen die Vielfalt an möglichen Leasingobjekten bekannt.

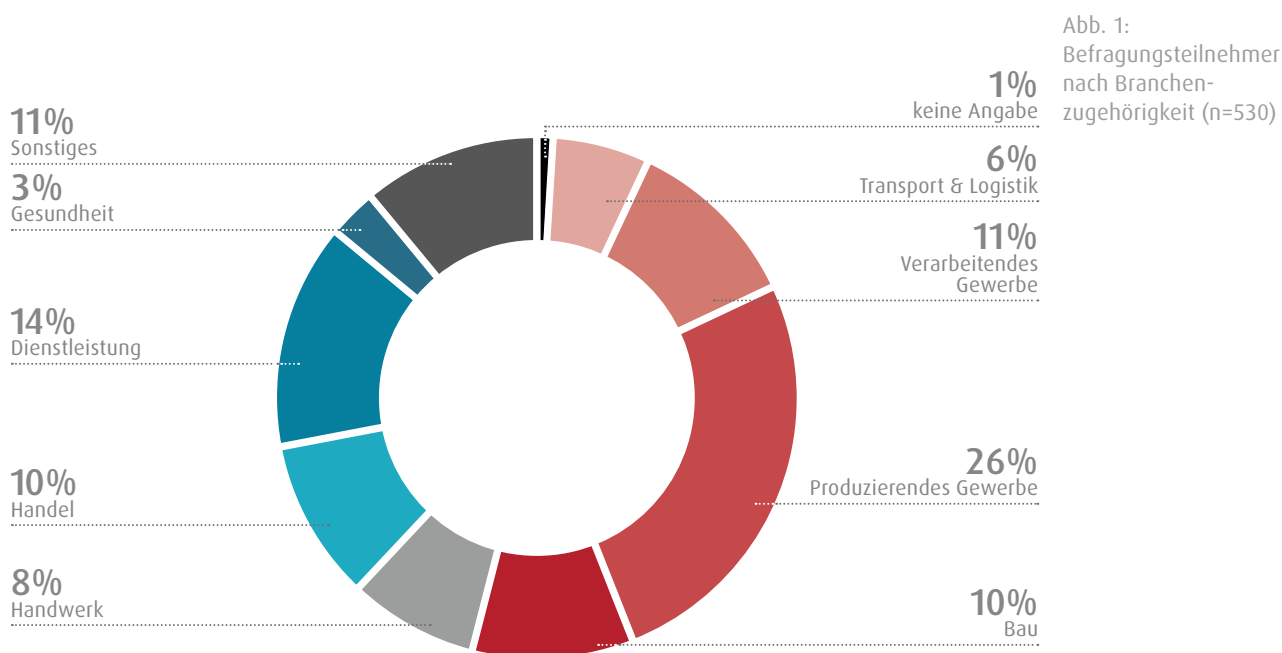
### Fazit:

**Leasing wird im deutschen Mittelstand aktiv und bewusst aufgrund seiner Ausgestaltungsmöglichkeiten, wie etwa Servicekomponenten, eingesetzt. Die Unternehmen werden verstärkt nach Angeboten suchen, die noch besser zu ihren jeweiligen Bedürfnissen passen, und wünschen hierzu eine exzellente Beratung.**

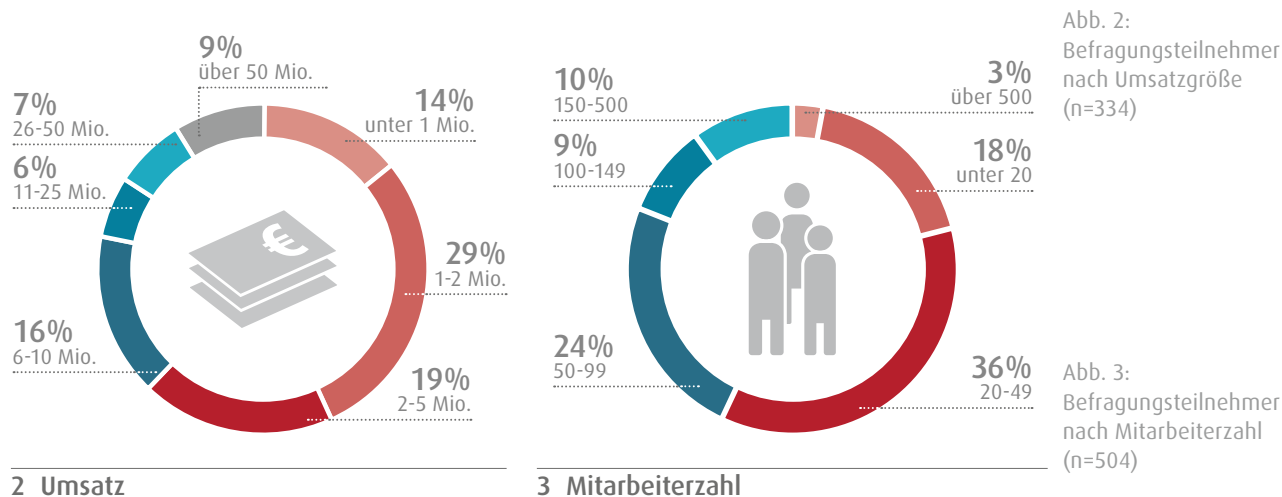
## Beschreibung der Unternehmenskennzahlen

Die befragten Unternehmen verorten sich mehrheitlich im produzierenden Gewerbe (26 Prozent). Darauf folgen die Branchen Dienstleistungen (14 Prozent), das verarbeitende Gewerbe (11 Prozent) sowie das Bau- und Handelsgewerbe (je 10 Prozent). Die Abbildung 1 gibt Aufschluss über die Branchenzusammensetzung der befragten Unternehmen.

Unternehmen, die Angaben zu Umsatz und Mitarbeiteranzahl machten, zählten sich knapp zur Hälfte zu der jährlichen Umsatzklasse zwischen einer und fünf Millionen Euro. Etwa 60 Prozent gaben an, zwischen 20 und 100 Mitarbeiter zu beschäftigen (s. Abb. 2 und 3).

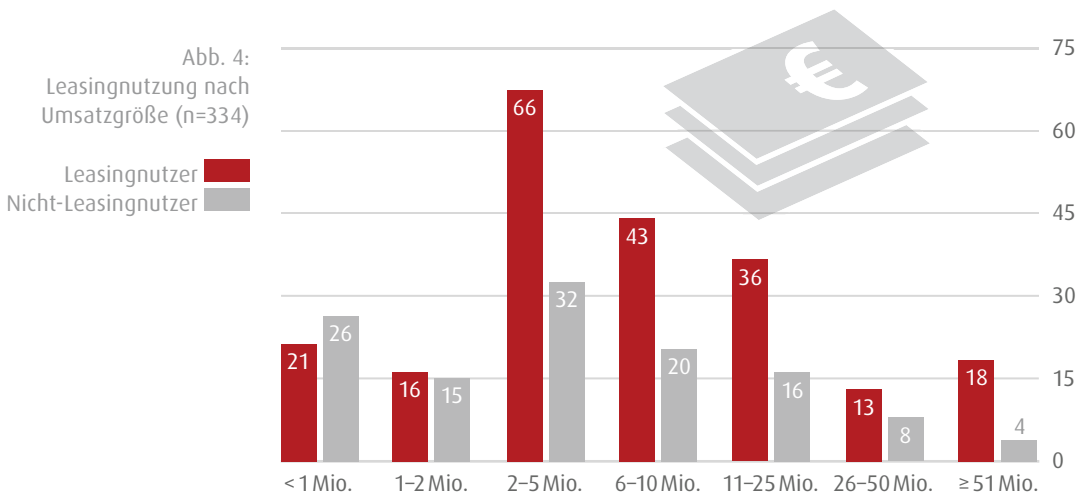


### 1 Branchenzugehörigkeit

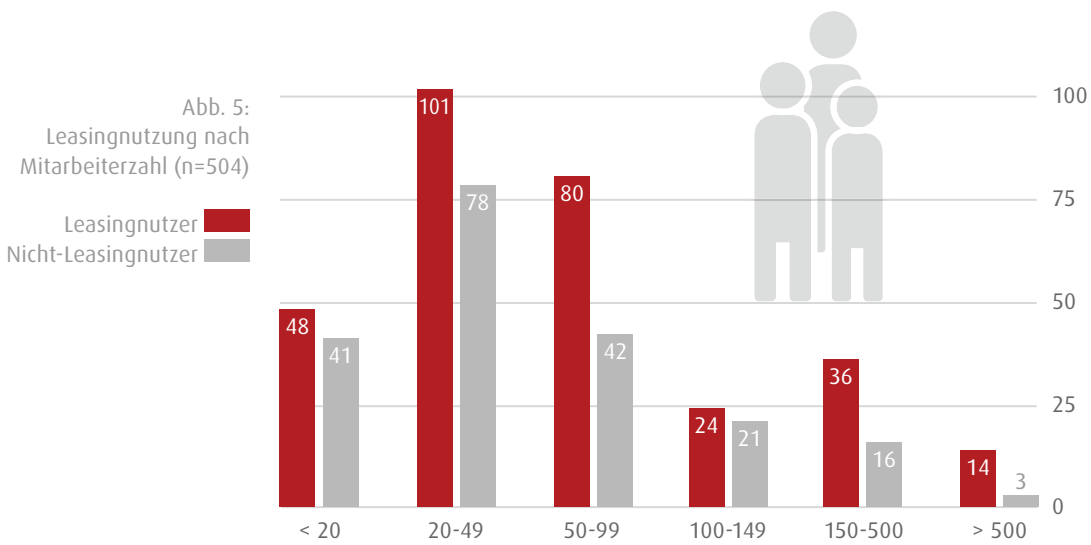


### 2 Umsatz

### 3 Mitarbeiterzahl



#### 4 Leasingnutzung nach Umsatz



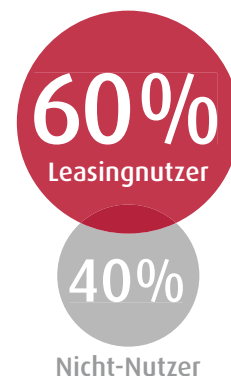
#### 5 Leasingnutzung nach Mitarbeiterzahl



## Ergebnisse der Studie „Leasingtrends im deutschen Mittelstand“

### Leasingnutzung nach Unternehmensgröße

Leasing wird vermehrt von größeren Unternehmen eingesetzt. Jedoch liegen keine strukturellen Begründungen für die Leasingnutzung vor. Von den 530 Befragungsteilnehmern gaben 322 an, aktuell Leasing zu nutzen. Dies entspricht einem Anteil von gut 60 Prozent. Demgemäß antworteten 208 Unternehmen, derzeit kein Leasing zu nutzen (ca. 40 Prozent). Die Befragung zeigt, dass die Leasingnutzung bei größeren Unternehmen, bezogen auf den Umsatz und die Mitarbeiteranzahl, weiter verbreitet ist als bei Unternehmen, die weniger als 50 Mitarbeiter beschäftigen und weniger als zwei Millionen Euro Umsatz im Jahr generieren (s. Abb. 4 und 5). Mit steigendem Umsatz wächst gleichzeitig der Anteil der Leasing nutzenden Unternehmen. Geben bei 2–5 Mio. Euro Umsatz noch 67% der Unternehmen an, Leasing zu nutzen, sind es bei 11–25 Mio. Euro schon 69% und bei über 50 Mio. Euro Jahresumsatz sogar 82% der Unternehmen. In den Abbildungen 4 und 5 ist jedoch auch zu erkennen, dass Leasing auch von kleinen Unternehmen zu einem nicht geringen Anteil betrieben wird.



Folglich existieren keine grundsätzlichen strukturellen Gründe, die für Unternehmen gegen den Einsatz von Leasing sprechen. Ein Trend, dass kleine Unternehmen grundsätzlich kein Interesse an Leasingprodukten hätten, ist nicht zu erkennen. Das lässt den Schluss zu, dass sich kleinere Unternehmen im Gegensatz zu großen Unternehmen, bei denen Leasing sehr populär ist, bislang noch nicht ausreichend mit Leasing und dem für sie verbundenen Potenzial auseinander gesetzt haben.

### Unterschiede in der Leasingnutzung nach Branchen

Bezogen auf die Branchenzugehörigkeit lassen sich eindeutige Unterschiede in der Verbreitung von Leasing feststellen: Am Weitesten verbreitet ist Leasing im verarbeitenden Gewerbe. Hier liegt der Anteil der Leasingnutzer bei über 70 Prozent der Befragten. Die geringste Verbreitung wurde mit 44 Prozent im Handwerk festgestellt (s. Abb. 6).

In fast allen Branchen überwiegt der Anteil der Leasingnutzer oder er liegt gleich auf. Lediglich im Handwerk ist der Anteil der Nicht-Leasingnutzer größer.

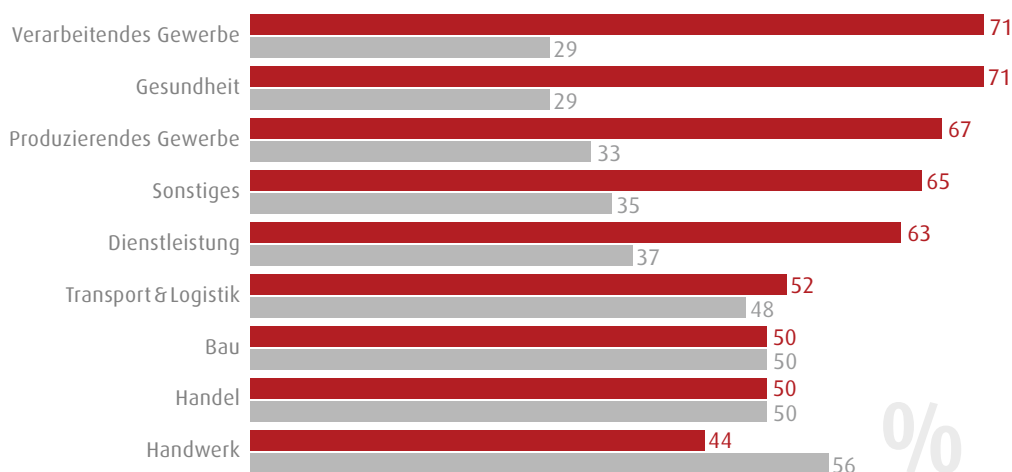
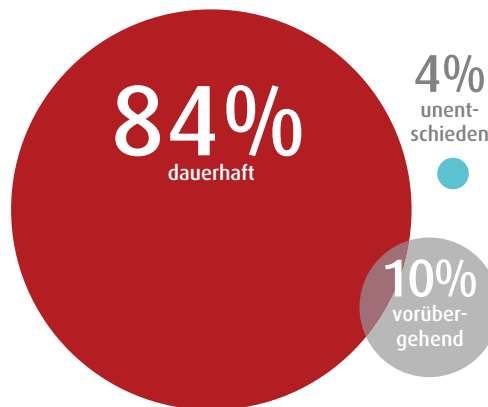


Abb. 6: Leasingnutzung nach Branchenzugehörigkeit (n=530)

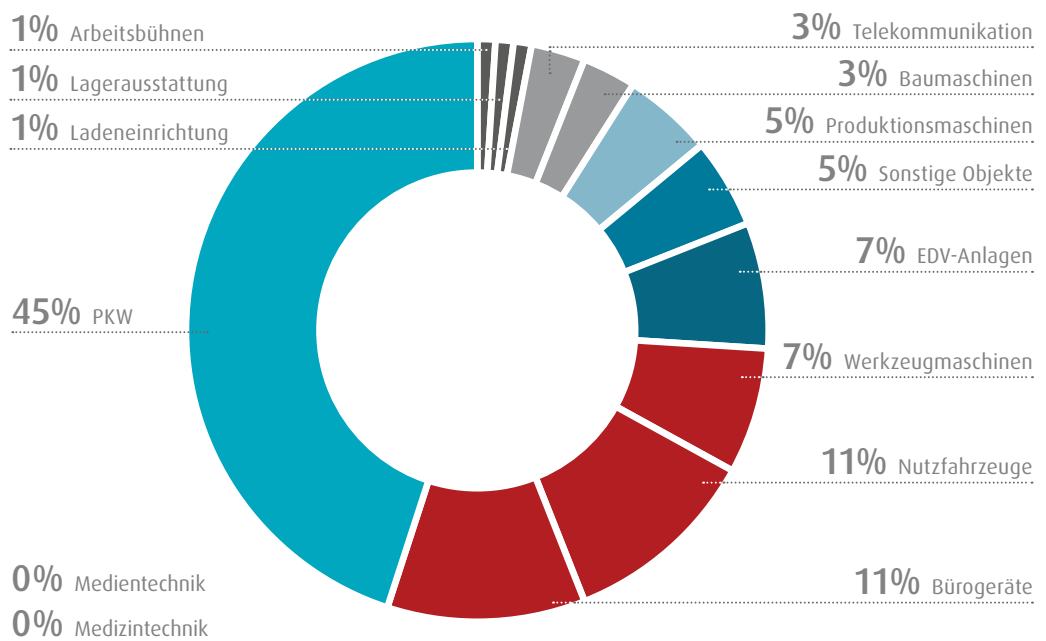
■ Leasingnutzer  
■ Nicht-Leasingnutzer

Abb. 7:  
Zeitlicher  
Nutzungshorizont  
der Leasingnutzung  
(n=316, 2% k.A.)



### 7 Dauerhafte vs. vorübergehende Leasingnutzung

Abb. 8:  
Leasingnutzung nach  
Objektategorien  
(n=322, Mehrfach-  
nennungen möglich)



### 8 Objekte, die über Leasing finanziert werden

## Rolle im Finanzierungsmix

**Mittelständische Unternehmen setzen Leasing im Wesentlichen konjunkturunabhängig und strategisch ein.**

84 Prozent der aktuell leasingnutzenden Unternehmen setzen auf diese Finanzierungsform als dauerhaften Bestandteil ihres Finanzierungsmix. (s. Abb. 7)

In den weitaus meisten Fällen soll also nicht etwa eine vorübergehende Kreditknappheit mithilfe von Leasing überbrückt werden, sondern die befragten Unternehmen berücksichtigen andere Facetten des Leasings, wie z. B. Zusatzservices oder Flexibilität bei Laufzeiten, bei der Wahl von Finanzierungsoptionen. Diese Haltung ist nicht von der Unternehmensgröße abhängig.

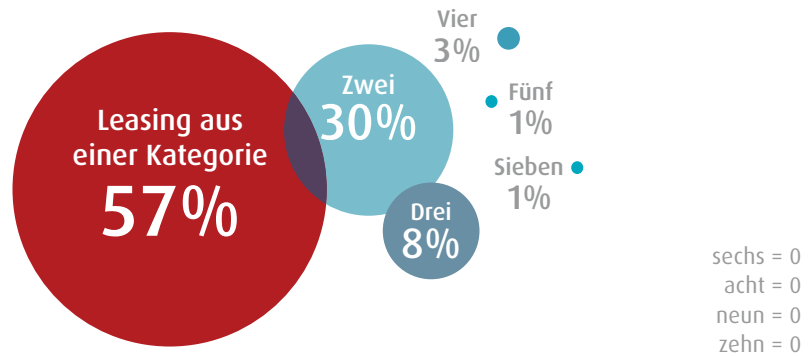
## Intensität der Leasingnutzung und bevorzugte Objekte

**Das PKW-Leasing ist traditionell das stärkste Segment – so auch im Mittelstand. Der Trend geht aber dahin, dass künftig auch weitere Objekte über Leasing finanziert werden.**

Rund 75 Prozent aller Leasing nutzenden Mittelständler geben an, mindestens einen PKW zu leasen. Etwa ein Drittel betreibt ausschließlich PKW-Leasing.

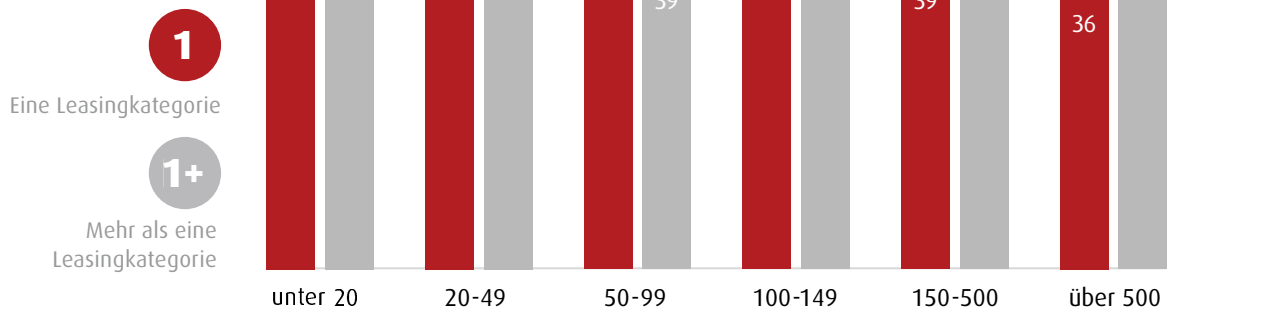
In der Befragung wurde die aktuelle Nutzung von Objekten aus insgesamt 14 Kategorien erhoben. Die Ergebnisse zeigen, dass sich das Gros der derzeit über Leasing finanzierten Objekte auf sechs Kategorien verteilt (s. Abb. 8): PKW, Produktions- und Werkzeugmaschinen, Nutzfahrzeuge, EDV-Anlagen und Bürogeräte.

Abb. 9:  
Anzahl an Objekt-  
kategorien, aus welchen  
Leasinggüter stammen.  
Objektanzahl 6, 8, 9 und 10  
wurden nicht genannt.  
(n=322)



9 Anzahl an Objektkategorien

Abb. 10:  
Nutzung von Leasing  
aus mehreren Objekt-  
kategorien nach  
Mitarbeiterzahl (n=301)



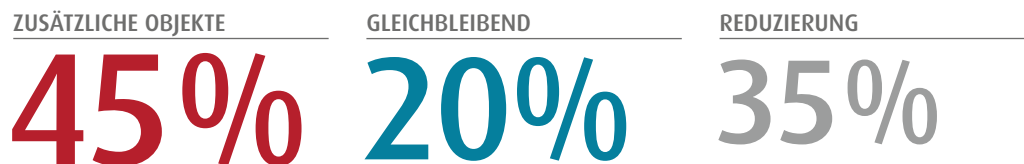
10 Leasingintensität nach Mitarbeiterzahl

Aufgrund des hohen Anteils der Unternehmen, die nur PKW-Leasing betreiben, ist der Prozentsatz der Unternehmen, die lediglich Objekte aus einer Kategorie durch Leasing finanzieren, mit 57 Prozent verständlicherweise der mit Abstand größte (s. Abb. 9).

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass Unternehmen mit zunehmenden Objektkategorien, aus welchen geleast wird, auch zum Leasing von Objekten neigen, die nicht aus den sechs gängigsten Kategorien stammen. Dies ist aber nicht nur Ausdruck einer höheren Wahrscheinlichkeit, sondern deutet auch darauf hin, dass eine wachsende Erfahrung mit Leasingfinanzierungen zu einer häufigeren Entscheidung für diese Finanzierungsform führt, wenn es sich um für Leasing eher außergewöhnlichere Objekte handelt.

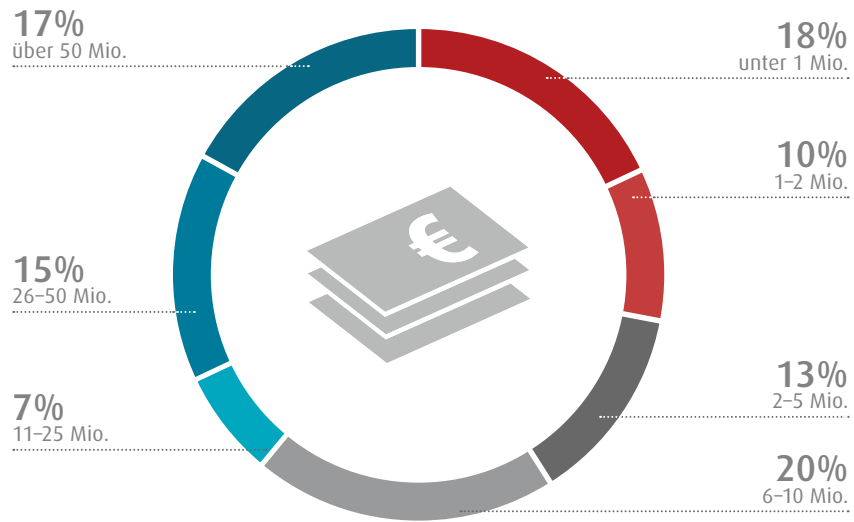
In der Auswertung der Anzahl der Objektkategorien, aus welchen geleast wird, wird deutlich, dass große Unternehmen öfter Leasingobjekte aus mehreren Objektkategorien nachfragen, wohingegen kleine Unternehmen mehrheitlich Leasingobjekte aus einer Kategorie nachfragen (s. Abb. 10). Dies ist ein weiterer Indikator dafür, dass unter den Leasingnutzern große Unternehmen Leasing umfangreicher einsetzen als kleine Unternehmen.

Zusätzliche Auswertungen der Daten haben gezeigt, dass sich die Mittelständler aber durchaus vorstellen können, auch andere Objekte als bisher über Leasing zu finanzieren: 45 Prozent der befragten Unternehmen erwägen die zusätzliche Leasingfinanzierung eines Investitionsgutes aus einer weiteren Objektkategorie.



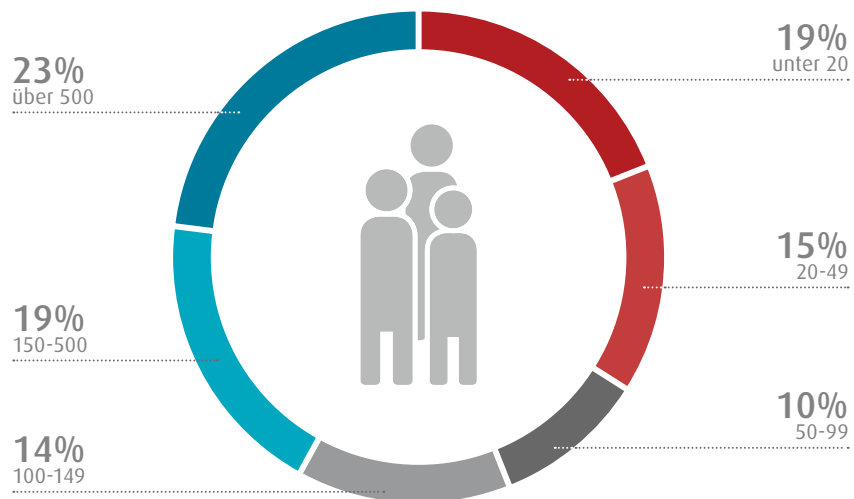
Insbesondere zu Beginn der Etablierung vor einigen Jahrzehnten war die Auswahl der über Leasing zu finanzierenden Objekte begrenzt. Aus heutiger Sicht ist dieser Grund für eine Zurückhaltung nicht mehr gegeben, da nahezu jedes Objekt geleast werden kann. Ganz besonders EDV-Anlagen, Bürogeräte oder Telekommunikationsanlagen werden in fast allen Branchen benötigt.

Abb. 11:  
Angabe, Leasingnutzung  
ausbauen zu wollen  
nach Umsatz (n=32)



### 11 Leasingausbau nach Umsatzgröße

Abb. 12:  
Angabe, Leasingnutzung  
ausbauen zu wollen  
nach Mitarbeiterzahl  
(n=45)



### 12 Leasingausbau nach Mitarbeiterzahl

## Zukünftige Nachfrage nach Leasingfinanzierungen

Die Nachfrage nach Leasingfinanzierungen wird insgesamt weiter zunehmen.

Die große Mehrheit von 74 Prozent der befragten Unternehmen will den Umfang ihrer derzeitigen Leasingnutzung halten, 15 Prozent haben angegeben, das Engagement sogar noch ausbauen zu wollen. Dieser Trend ist über alle betrachteten Branchen und Unternehmensgrößen hinweg zu beobachten (s. Abb. 11 und 12). Nur etwa 9 Prozent der Befragten vermerkten, Leasing in Zukunft weniger nutzen zu wollen. Leasing hat also gute Entwicklungsperspektiven.

Die adressierten Unternehmen wurden darüber hinaus gefragt, welche Ausgestaltung und Rahmenbedingungen der Leasingfinanzierung in Zukunft häufiger bzw. seltener für sie relevant sein werden. Die größten Zuwächse werden hiernach die Leasing-Preisvergleiche und die Full-Service-Angebote verzeichnen. Das Anbieten eines Full-Service-Paketes ist eine der Besonderheiten der Leasingfinanzierung. Ein höheres Interesse an diesen Angeboten deutet auf eine steigende Akzeptanz von Leasingfinanzierungen als ein eigenständiges Finanzierungsinstrument hin. Die wachsende Nachfrage nach Leasing-Preisvergleichen ist als Anzeichen für eine erhöhte Wechselbereitschaft zu werten.

Untersucht wurde zudem, welche Leasingmerkmale eine steigende Nachfrage nach Leasing beeinflussen. Demnach werden Unternehmen, die künftig insgesamt mehr Leasing nachfragen wollen, ihre Nachfrage nach professioneller Beratungsleistung und ihr Kontingent an Leasing über unabhängige Leasinggesellschaften sowie Herstellerleasing erweitern. Vor dem Hintergrund einer zugleich feststellbar sinkenden Anbieterfokussierung könnte sich dies ganz besonders positiv für beratungsstarke Leasinggeber auswirken, die bedarfsgerechte Serviceleistungen anbieten. Der Nachfragezuwachs beim Leasing über unabhängige Leasinggesellschaften resultiert zum großen Teil aus der Zufriedenheit mit deren Branchenkenntnis.

Bezogen auf die Objektkategorien, in welchen zukünftig eine Finanzierung über Leasing für Unternehmen denkbar erscheint, ergibt sich ein nahezu deckungsgleiches Bild mit den aktuell genutzten Leasinggütern: In den Objektkategorien, in welchen bereits aktuell der höchste Anteil an Leasingfinanzierungen zu finden ist, werden auch die meisten zukünftigen Investitionen verortet. Auffällig hierbei ist die häufige Nennung des Leasings von Telekommunikationstechnologie. Obwohl diese Form des Leasings offensichtlich wenig verbreitet ist, können sich zwei Drittel der Leasingnutzer und ein Drittel der Nicht-Nutzer eine solche Nutzung vorstellen.

Insgesamt neigen die mittelständischen Unternehmen dazu, Objekte über Leasing zu finanzieren, die nicht unmittelbar mit dem Unternehmenszweck verbunden sind, wie Kopierer, Bürogeräte etc. Diese Tendenz könnte damit zusammenhängen, dass mittelständische Unternehmen das Eigentum an branchenübergreifend zum Einsatz kommenden Objekten als weniger wichtiges Kriterium bei einer Anschaffung betrachten.

LEASING STABIL

74%

MEHR LEASING

15%

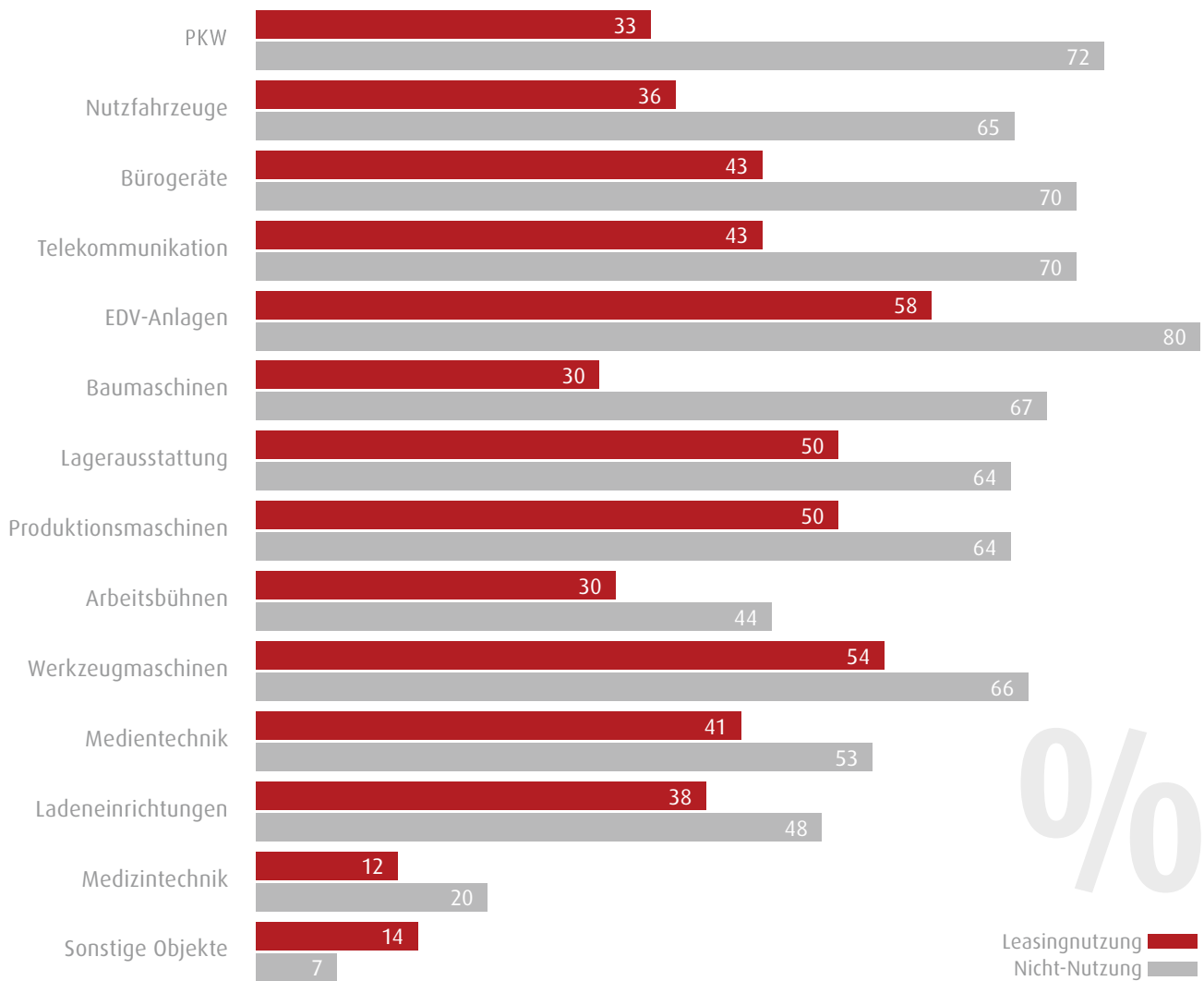
WENIGER LEASING

9%

## Objekteigentum und Zusatzleistungen

### Eigentum ist wünschenswert – aber nicht alleiniges Kriterium.

Die Abbildung 13 zeigt die Angaben der Befragten zur Wichtigkeit des Objekteigentums nach Art des zu finanzierenden Objekts. Die größte Differenz in der Wichtigkeit des Eigentums zwischen Leasingnutzern und Nicht-Nutzern liegt bei den PKW vor. Bis hin zu den „sonstigen Objekten“ gleichen sich die Bewertungen des Kriteriums „Eigentum“ immer weiter einander an. Das bedeutet, dass das meistgeleaste Objekt die Lager der Leasingnutzer und Nicht-Nutzer am deutlichsten teilt.



13 Wichtigkeit des Eigentums in Prozent

Abb. 13:  
Wichtigkeit des Eigentums  
an Objektkategorien nach  
Leasingnutzung (n=322)  
und Nicht-Nutzung (n=208)



Wie bereits vorab erwähnt, wird eine Entscheidung für eine Finanzierungsform von der Grundeinstellung zum Objekteigentum und zur Art des Objektes beeinflusst. Zusätzlich haben Unternehmensgröße und Branchenzugehörigkeit Einfluss auf die Finanzierungsentscheidung. Auffällig ist zudem, dass einigen Unternehmen das Eigentum gerade an solchen Objekten wichtig zu sein scheint, die direkt mit dem Unternehmenszweck zusammenhängen. Im Gegensatz dazu wird das Eigentum an Objekten, die branchenübergreifend zum Einsatz kommen, wie etwa Bürogeräte oder Telekommunikationstechnik, als weniger wichtig eingestuft. Diese Haltung nimmt jedoch mit steigender Unternehmensgröße (Mitarbeiterzahl, Umsatz) deutlich ab.

Zudem zeigt die weitere Analyse, dass die Nachfrage nach Full-Service-Angeboten, verglichen mit anderen Segmenten, künftig überproportional ansteigen wird. Dies deutet darauf hin, dass neben dem reinen Finanzierungsaspekt auch die mit Leasing zusätzlich angebotenen Dienstleistungen das Gesamtprodukt für Unternehmen attraktiv machen. Zwar hängt die Präferenz, ob die Leasingnutzer eine reine Finanzierungsleistung oder ein Gesamtpaket vorziehen, von der jeweiligen Objektkategorie ab. Gleichwohl bevorzugen die Befragten mehrheitlich ein Full-Service-Angebot gegenüber einer Einzelleistung.

Ein überraschendes Ergebnis ist in diesem Zusammenhang, dass neben den Nicht-Leasing-Nutzern auch die Leasingnutzer dem Objekteigentum eine verhältnismäßig hohe Bedeutung beimessen. Die Ergebnisse zeigen jedoch auch, dass das Objekteigentum zwar ein wünschenswertes Kriterium bei der Anschaffung eines Investitionsguts zu sein scheint, aber Leasing aus diesem Grunde keinesfalls ausgeschlossen wird. Folglich überlagern die Vorteile des Leasings, wie zum Beispiel Full-Service oder flexible Laufzeiten, vielfach das Kriterium „Eigentum“ bei einer Entscheidung für eine Finanzierungsform.

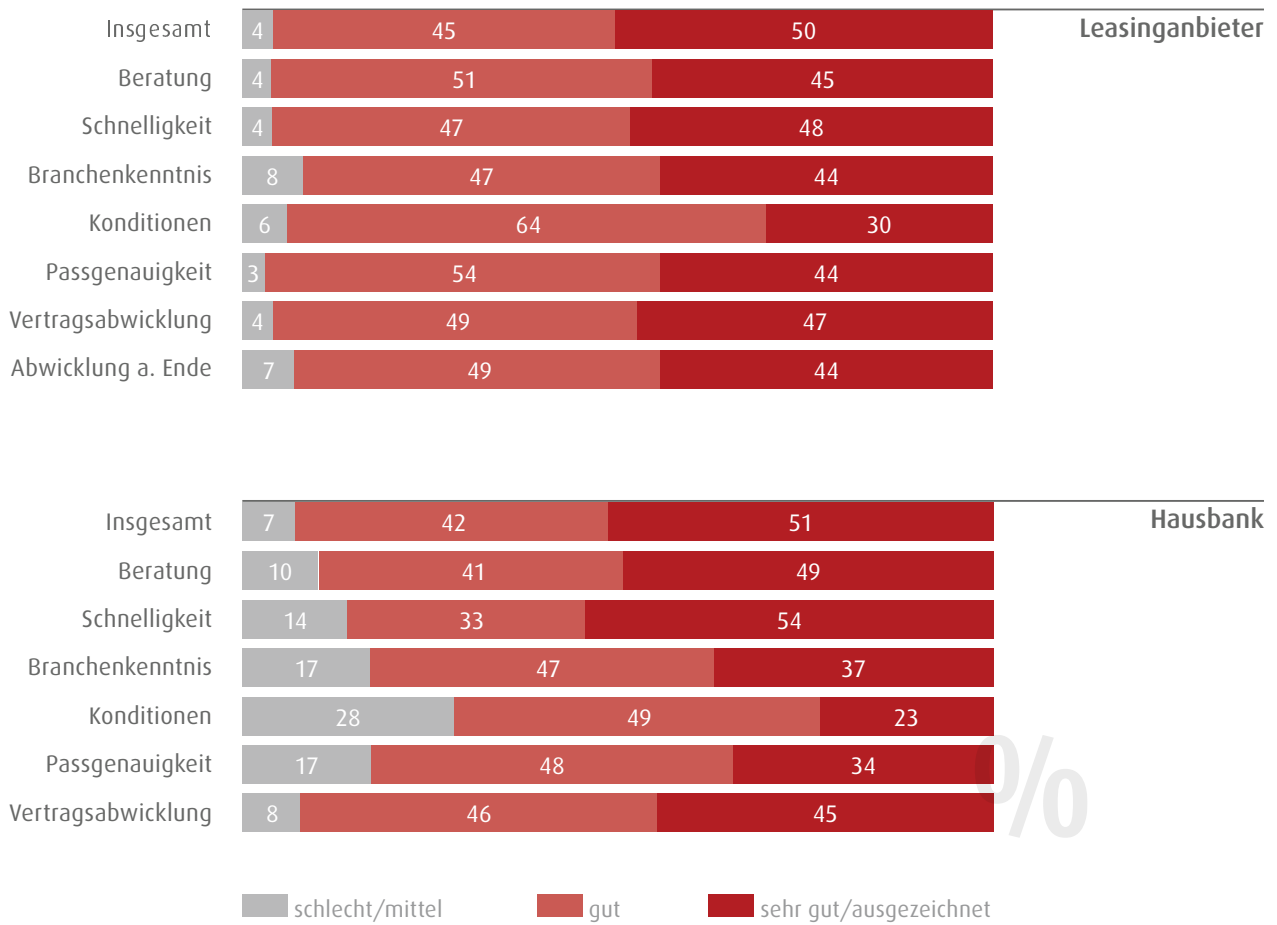


Abb. 14: Gesamtzufriedenheit von Leasingnutzern (n=286) mit Leasinggebern und Nicht-Nutzern mit Hausbank (n=85)

**14 Gesamtzufriedenheit mit Finanzpartnern**

## Zufriedenheit mit dem Finanzierungspartner

**Leasingnehmer sind zufrieden – suchen aber zunehmend noch passendere Angebote.**

Wie aus der Abbildung 14 hervorgeht, sind die Leasingnutzer mit wenigen Ausnahmen in der Gesamtbetrachtung zufrieden bzw. sehr zufrieden mit ihrer jeweiligen Leasinggesellschaft. Verglichen mit den Antworten zur Zufriedenheit mit ihrer Hausbank, ist hierbei zunächst kein größerer Unterschied festzustellen. Jedoch werden die Leasinggesellschaften in puncto Branchenkenntnis und Konditionen besser bewertet als die Hausbanken. Eine leicht bessere Bewertung bekommen die Hausbanken hinsichtlich der Schnelligkeit bei Kreditentscheidungen. Übergreifend ist festzustellen, dass bei der Hausbank häufiger eine mittlere oder schlechte Bewertung vorgenommen wurde.

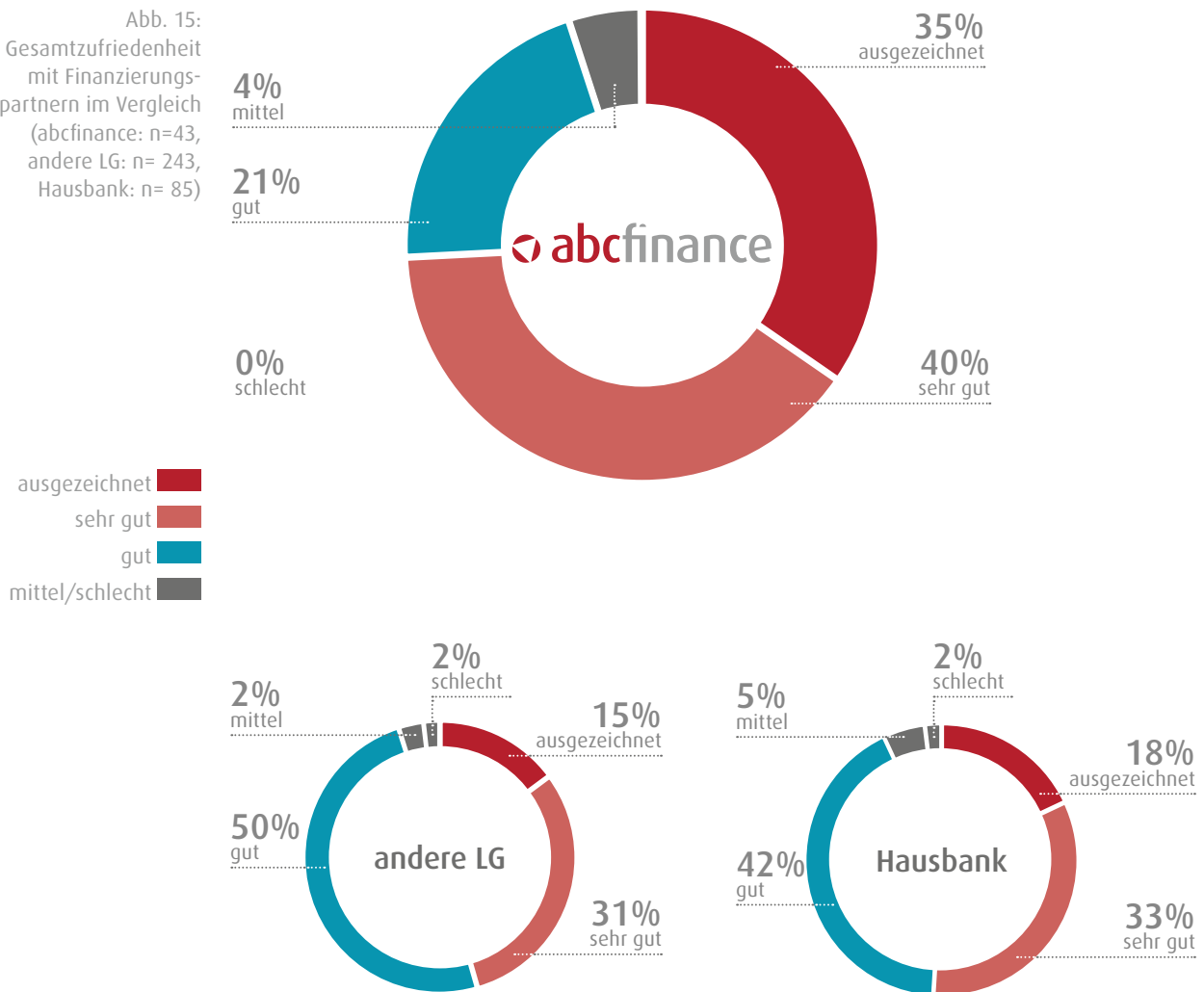
Unter Hinzunahme von Regressionsanalysen wurde deutlich, dass die Gesamtzufriedenheit der Befragten insbesondere durch die Qualität der Beratung bestimmt wird. Es stellt sich heraus, dass bei geringer Zufriedenheit eine erhöhte Nachfrage nach besser auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittenen Leasingleistungen angegeben wird. Dieser Effekt ist insbesondere bei mittelmäßiger Zufriedenheit mit der Beratung und der Vertragsabwicklung gegeben. Passend dazu geben die Befragten häufiger an, Leasing-Preisvergleiche nutzen zu wollen. Dies deutet darauf hin, dass sich Leasingnehmer bei einer mittelmäßigen Wahrnehmung von Beratung und Vertragsabwicklung künftig tendenziell eher Spezialanbietern zuwenden und Vergleichsangebote einholen werden.

Obwohl Unternehmen grundsätzlich eine Zunahme von Preisvergleichen prognostizieren, beeinflusst interessanterweise die Zufriedenheit mit Konditionen weder in Richtung der Hausbank noch der Leasinggesellschaften die jeweilige Gesamtzufriedenheit signifikant. Daraus kann man schließen, dass sich eine entstehende Wechselstimmung weniger ausschließlich auf finanzielle Aspekte, sondern vielmehr auch auf Qualität und Umfang des Serviceangebotes eines potenziellen Anbieters bezieht.

## Kunden der abcfinance GmbH

Bezogen auf die Vergleichsgruppe aller Leasingnehmer sind die Kunden der abcfinance GmbH deutlich zufriedener mit ihrem Leasingpartner (s. Abb. 15).

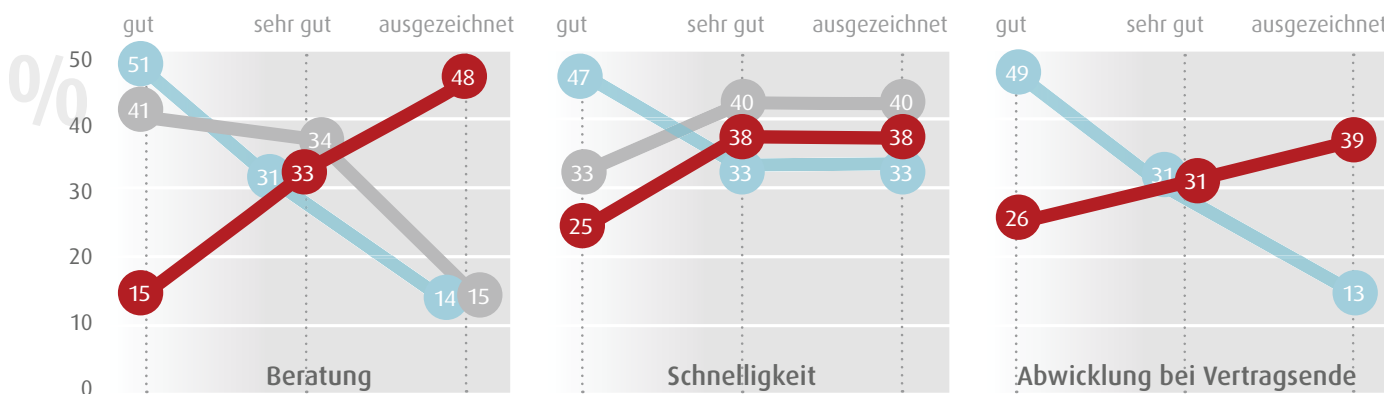
Abb. 15:  
Gesamtzufriedenheit  
mit Finanzierungs-  
partnern im Vergleich  
(abcfinance: n=43,  
andere LG: n= 243,  
Hausbank: n= 85)



15 Gesamtzufriedenheit Finanzierungspartner im Vergleich

Ganz besonders drückt sich dies in der Zufriedenheit mit der Beratung, der Schnelligkeit bei Kreditentscheidungen und der guten Abwicklung am Vertragsende aus (s. Abb. 16).

Abb. 16: Besondere Zufriedenheitskategorien im Vergleich



16 Besondere Zufriedenheitskategorien in Prozent

abcfinance; n=39  
andere LG; n=215  
Hausbank; n=69

Für eine hohe Zufriedenheit spricht weiterhin, dass abcfinance-Kunden zu einem Drittel ihr Leasingengagement ausbauen wollen. Hierbei wollen sie stärker Full-Service-Angebote nutzen. Dieser Trend ist in der Gesamtheit der Leasingnutzer festzustellen, jedoch ist dies bei den abcfinance-Kunden noch stärker ausgeprägt (s. Abb. 17).

Mehr Leasing — mehr Full-Service-Angebote

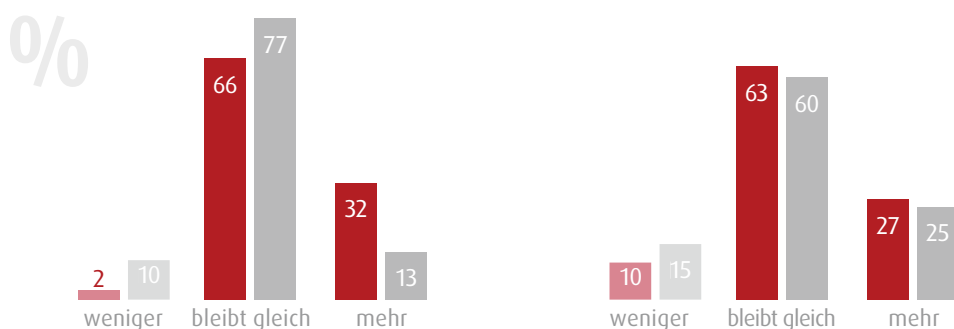


Abb. 17: Vergleich der zukünftigen Nachfrage nach Leasinggebern  
1. Ausbau des Leasings: abcfinance: n=44, andere LG: n= 270  
2. Full-Service: abcfinance: n= 41, andere LG: n= 252

abcfinance  
andere LG

17.1 Trend Leasing generell

17.2 Trend Full-Service

## Besondere Formen des Leasings

**Speziellere Formen des Leasings müssen noch stärker erklärt werden.**

Eine Tendenz, ob mittelständische Unternehmen in Zukunft verstärkt nutzungsabhängige Raten als eine mögliche Finanzierungsausgestaltung nutzen werden, ist noch nicht zu erkennen. Im direkten Vergleich zwischen flexiblen und fixen Ratenzahlungen gaben zwar leicht mehr Befragte an, fixe Raten zu bevorzugen, jedoch weist ein hoher Anteil von nicht eindeutigen Antworten („Weiß nicht“-Antworten, 23 Prozent) darauf hin, dass eine solche Form der Finanzierung noch nicht flächendeckend im Bewusstsein der Unternehmen angekommen ist.

Ein noch höherer Anteil der befragten Unternehmen reagierte vergleichbar auf die Frage, ob sie in Zukunft Leasingverträge online abschließen werden. Ein knappes Drittel der Befragten gab an, diese Frage nicht beantworten zu können bzw. zu wollen. Vermutlich führt die bereits angesprochene Haltung, großen Wert auf persönliche Beratung zu legen und eine offensichtlich geringe Verbreitung dieses Vorgehens, zu der Zurückhaltung der mittelständischen Unternehmen in diesem Bereich.

Von einem weiter ansteigenden Trend zum Leasing profitieren auch Unternehmen bzw. Hersteller oder Händler, die ihrerseits ihren Kunden Leasingfinanzierungen anbieten. Hierbei werden auch die Händler und Hersteller vor allem wechselwillige Kunden von ihrem Angebot überzeugen müssen: Sowohl die Unzufriedenheit mit der Beratung als auch die schlechte Gesamtzufriedenheit mit dem Leasinganbieter verstärken die künftige Nachfrage nach Hersteller-Leasing.

## Ausblick

Die Perspektiven für Leasing sind nach wie vor positiv. Das etablierte Instrument wird auch in Zukunft häufiger nachgefragt werden – sofern keine gravierenden Änderungen der Rahmenbedingungen eintreten. Bemerkenswert ist sicherlich die übergreifend hohe Zufriedenheit mit den Leasingpartnern. Diese guten Ergebnisse sollten zu einer optimistischen Bewertung der zukünftigen Nachfrageentwicklung beitragen.

Dieses Nachfrageverhalten der Leasinginteressenten wird sich aller Voraussicht nach verändern: Gewünscht sind zusätzliche Services und eine exzellente Beratung durch Leasinggeber, die sich in der Branche des jeweiligen Kunden auskennen. Ganz besonders scheinen hier die unabhängigen Leasinggesellschaften zu profitieren, da hier die besseren Werte bezüglich der Präferenzen erreicht werden.

Wie diese Studie zeigt, ist der Aufwärtstrend in der Leasingnutzung stabil. Jedoch stellen die Ergebnisse auch eine klare Handlungsempfehlung dar, um den Aufwärtstrend weiter zu stützen: Gerade Unternehmen, die wenig oder keine Erfahrung mit Leasingfinanzierungen gemacht haben, bleiben in der Begründung ihrer Zurückhaltung pauschal bzw. diffus. Dies deutet darauf hin, dass noch immer Informationsbedarf zu überzeugenden Nutzungsaspekten der Leasingfinanzierung besteht. Diese Annahme wird durch die hohe Zufriedenheit und die prognostizierte Ausweitung des Leasinganteils der bereits Leasing nutzenden Unternehmen gestützt. Auch in der im Leasing noch unterrepräsentierten Gruppe der kleineren Unternehmen finden sich viele zufriedene und sehr zufriedene Leasingnutzer, sodass offensichtlich keine grundsätzlichen strukturellen Gründe gegen den Einsatz von Leasing sprechen.

Der Eigentumsgedanke in Bezug auf verschiedene Objekte scheint im Mittelstand noch immer weit verbreitet zu sein. Aller Voraussicht nach tritt dieser allerdings zugunsten anderer Kriterien in den Hintergrund. Ganz besonders das Leasing von branchenübergreifend genutzten Objekten könnte als Impulsgeber dienen, sich stärker mit den Möglichkeiten dieser Finanzierungsform auseinanderzusetzen.



**Kontakt**

abcfinance GmbH

Kamekestr. 2-8

50672 Köln

Telefon +49 (0)221 57908-0