

VON RAINER GOLDBERG

**Hamburg** – Die Marktanteile von Maschinen und IT-Produkte liegen im Leasinggeschäft dicht mit neun respektive zehn Prozent beieinander, 51 Prozent hält das Kraftfahrzeugleasing. Vergleicht man die absoluten Zahlen aus der Vogelperspektive, tritt indes ein Aspekt in den Hintergrund, der für die Beurteilung einer Dienstleistung sehr wichtig ist: Die Intensität der Geschäftsbeziehungen.

Sowohl bei Autos als auch bei IT-Produkten handelt es sich um Objekte, deren durchschnittliche Anschaffungswerte in der Breite im Bereich von 10.000 Mark bis 100.000 Mark angesiedelt sind. Der durchschnittliche Anschaffungswert von Maschinen liegt deutlich

darüber. Wenn man diesen nur mit 300.000 Mark ansetzt, ist zu erkennen, dass hinter dem gleichen Geschäftsvolumen im Autoleasing oder bei IT-Produkten eine sehr viel höhere Anzahl von Geschäftsvorfällen steht als beim Maschinenleasing.

Warum leasen die Unternehmen ihre Maschinen nicht in der gleichen Intensität wie ihre Kraftfahrzeuge, Computer, Telefonanlagen und Fotokopierer? Einer der meist genannten Erklärungsansätze lautet, dass Maschinen das Herzstück eines produzierenden Unter-

nehmens sind, das insbesondere mittelständische Unternehmer in ihrem Eigentum sehen wollen. Hinzu kommt die längere Verweildauer der Maschinen im Unternehmen – mit denen man über die nächsten sechs bis acht Jahre Erträge erwirtschaften will.

Der zunehmende Wettbewerbsdruck lässt jedoch für derartige Betrachtungsweisen immer weniger Raum, so dass sich auch im Maschinenleasing die quantitativen und qualitativen Vorteile des Leasing verstärkt durchsetzen und immer mehr Maschinen geleast werden.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass es für die meisten Maschinenbauer nicht möglich ist, eigene Leasing-Aktivitäten zu entfalten, weil diese nur mit einem sehr hohen Kapitalaufwand betrieben werden können.

Diese Situation hat für die verschiedenen Marktteilnehmer unterschiedliche Auswirkungen. Die Anbieter verzichten damit auf wichtige Marketinginstrumente zur Kundengewinnung und Kundenbindung – so wie es die Großkonzerne in anderen Branchen höchst erfolgreich vormachen. Dort wird das Leasing aktiv zur Absatzförderung und immer mehr auch zur Ertragsverbesserung eingesetzt.

Die Abnehmer wiederum werden bei der Investitionsentschei-

## Wettbewerb treibt Maschinenleasing

### Ungenutzte Chancen – Vor allem mittelständische Unternehmer ziehen Eigentum vor

dung nicht sofort und quasi automatisch auf die Möglichkeiten des Leasing aufmerksam gemacht. Wenn dann bei den Verkaufsgesprächen doch das Thema Leasing ins Spiel gebracht wird, dann nicht selten nur aufgrund der individuellen Initiative des Verkaufingenieurs. Oder der Investor spricht von sich aus eine Leasinggesellschaft an, die er aus anderen Leasingengagements (Autoleasing/ Computerleasing) kennt.

Fraglich bleibt, ob eine derartige Vorgehensweise zu einem optimalen Leasingangebot für den Leasingnehmer führt. Denn jede Leasingobjektart hat ihre spezifischen Eigenheiten, die bei der Vertragsgestaltung auch Berücksichtigung finden sollten:

■ Es gibt besondere Nutzerprofile mit ganz speziellen finanzwirtschaftlichen Bedürfnissen.

■ Die Nutzungsintensität beeinflusst die Wertentwicklung einer Maschine über die Vertragslaufzeit, was sich in der Leasingvertragsgestaltung wiederfinden sollte.

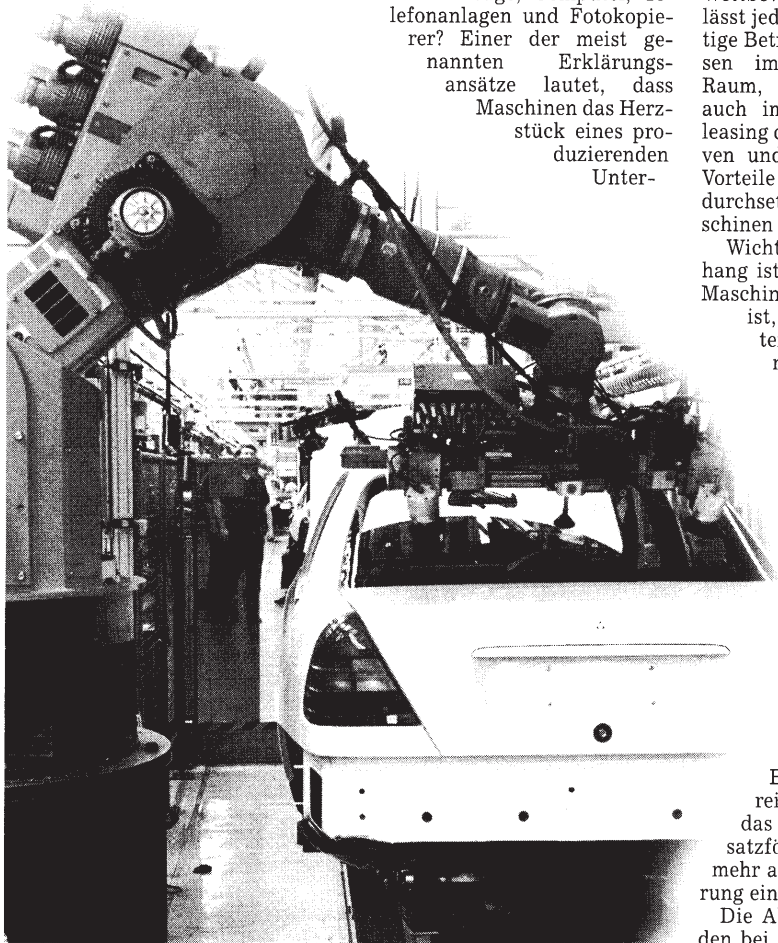
■ Viele Maschinen haben eine lange wirtschaftliche Lebensdauer. Dieser Umstand muß in die Vertragsgestaltung einfließen.

■ Der bei bestimmten Vertragstypen zu kalkulierende Restwert beeinflusst nachhaltig die Höhe der Leasingraten und kann nur von einer Leasinggesellschaft realistisch angesetzt werden, die auch in den Sekundärmärkten für Gebrauchtmaschinen zu Hause ist.

Optimale Leasingkonzepte können nur von Fachleuten entwickelt werden, die sich sowohl mit den Maschinen als auch mit den finanzwirtschaftlichen Bedürfnissen der Leasingnehmer auskennen. Die Gruppe der Leasingunternehmen, die sich in Deutschland auf diesen wichtigen Teilmarkt focussiert hat, ist jedoch überschaubar. Für den Investor lohnt es sich fast immer, den Kontakt zu diesen Anbietern aufzunehmen. Wenn dies nicht über den Lieferanten geschieht, dann eben direkt.

Rainer Goldberg ist Experte für Maschinenleasing bei der IKB-Leasing, Hamburg

.....  
*Anbieter verzichten  
auf wichtige  
Instrumente des  
Marketings*  
.....



# IKB Leasing

## **IKB Leasing GmbH**

Heidenkampsweg 79  
D - 20097 Hamburg  
Postfach 10 32 05, 20022 Hamburg  
Tel. +49 / 40 / 2 36 26-0  
Fax +49 / 40 / 2 36 26-226  
Zentrale@ikb-leasing.de

## **Niederlassung Berlin**

“Seepassage“ Friedrichstr. 1–3  
D - 15537 Erkner  
Tel. +49 / 33 62 / 79 98-0  
Fax +49 / 33 62 / 79 98-30  
Heribert.Schwob@ikb-leasing.de

## **Niederlassung Düsseldorf**

Wilhelm-Bötzkens-Straße 1  
D - 40474 Düsseldorf  
Tel. +49 / 211 / 82 21-12  
Fax +49 / 211 / 82 21 39 79  
Volker.Paetzold@ikb-leasing.de

## **Niederlassung Frankfurt**

Königsberger Straße 2  
D - 60487 Frankfurt/Main  
Tel. +49 / 69 / 97 07 25-0  
Fax +49 / 69 / 97 07 25-19  
Peter.Astheimer@ikb-leasing.de

## **Niederlassung Hamburg**

Heidenkampsweg 79  
D - 20097 Hamburg  
Tel. +49 / 40 / 2 36 26-0  
Fax +49 / 40 / 2 36 26-225  
Claus.Vokuhl@ikb-leasing.de

## **IKB Deutsche Industriebank AG**

Wilhelm-Bötzkens-Straße 1  
D - 40474 Düsseldorf  
Tel. +49 / 211 / 82 21-0  
Fax +49 / 211 / 82 21-25 59

## **Niederlassung Hannover**

Rathenaustraße 16  
D - 30159 Hannover  
Tel. +49 / 511 / 35 39 72-0  
Fax +49 / 511 / 35 39 72-18  
Peter.Rehbaum@ikb-leasing.de

## **Niederlassung Leipzig**

Nikolaistraße 28-32  
D - 04109 Leipzig  
Tel. +49 / 341 / 2 17 34-0  
Fax +49 / 341 / 2 17 34 44  
Michael.Roth@ikb-leasing.de

## **Niederlassung München**

Seidlstraße 27  
D - 80335 München  
Tel. +49 / 89 / 5 45 12-98 10  
Fax +49 / 89 / 5 45 12-38 88  
Arno.Wallem@ikb-leasing.de

## **Büro Nürnberg**

Marienbergrstraße 80  
D - 90411 Nürnberg  
Tel. +49 / 911 / 52 75 56-0  
Fax +49 / 911 / 52 75 56 29  
Hans-Georg.Müller@ikb-leasing.de

## **IKB Immobilien Leasing GmbH**

Uerdinger Straße 90  
D - 40474 Düsseldorf  
Tel. +49 / 211 / 82 21-10  
Fax +49 / 211 / 82 21-21 10

## **Niederlassung Stuttgart**

Theodor-Heuss-Straße 11  
D - 70174 Stuttgart  
Tel. +49 / 711 / 2 23 05-59 70  
Fax +49 / 711 / 2 23 05-38 79  
ClausJoachim.Liedle@ikb-leasing.de

## **IKB Leasing Hungária Kft.**

Buday László u. 12  
H-1024 Budapest  
Tel. 0 03 6 / 1 / 3 45 45 62  
Fax 0 03 6 / 1 / 3 45 45 97  
ikb-leasing@matavnet.hu

## **IKB Leasing Polska Sp.zo.o.**

ul. Piłska 10A  
PL-61-048 Poznań  
Tel. 0048 / 61 / 8 73 35 00  
Fax 0048 / 61 / 8 73 35 23  
info@ikb-leasing.pl

## **Český leasing spol. s r.o.**

Charkovská 24  
CZ-101 00 Praha 10  
Tel. 00420 / 2 / 67 22 81 11  
Fax 00420 / 2 / 71 74 33 24