

Deutsche Leasing AG

Mittelständische Unternehmen nutzen mit Leasing attraktive Wachstumspotenziale in Europa

13.09.2004 - 11:00 Uhr, Deutsche Leasing AG

Bad Homburg v.d. Höhe (ots) -

Deutsche Leasing unterstützt in elf Ländern / Neugeschäft außerhalb Deutschlands wächst weiter zweistellig

Der europäische Markt wird auch für mittelständische Unternehmen immer wichtiger. Bei der Realisation der Investitionsprojekte für Produktion und Absatz unterstützt die Deutsche Leasing Gruppe inzwischen in elf Ländern sehr erfolgreich. Die europäischen Tochtergesellschaften werden im laufenden Jahr wieder überdurchschnittlich zum Wachstum beitragen. Mit über 450 Millionen Euro erreicht der Anteil am Neugeschäft des Konzerns im Geschäftsjahr 2003/04 erstmals über 12 Prozent. "Unsere Kunden und Partner wollen einen international handlungsfähigen Anbieter", unterstreicht Hans-Michael Heitmüller. "Innerhalb der nächsten fünf Jahre wird sich unser Europa-Anteil deutlich erhöhen." In den wichtigsten europäischen Leasing-Märkten (siehe Tabelle) ist die Deutsche Leasing mit eigenen Töchtern vertreten. Großes Wachstumspotenzial sieht der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Leasing aber vor allem in Ost- und Südosteuropa.

Zwar entfielen laut Statistik der europäischen Branchenvereinigung Leaseurope 2003 erst 7,5 Prozent des erfassten Neugeschäftsvolumens von rund 200 Milliarden Euro auf die dortigen EU-Beitritts- und -Kandidatenländer. Doch während das Leasing-Geschäft in Westeuropa wegen der anfangs noch schwachen Konjunktur insgesamt zurückging, legte es zwischen Baltikum und Bosphorus mit zweistelligen Raten zu (siehe Tabelle).

Spitzenreiter war dabei Slowenien mit einem währungsbereinigten Zuwachs von 47,1 Prozent, gefolgt von Griechenland, der Türkei und Ungarn. Auch in Polen, wo der Leasing-Markt 2002 konjunkturbedingt stagnierte, nahm er 2003 wieder kräftig zu. Im westlichen Europa ragten Spanien (+21,1 Prozent) und Österreich (+10,3 Prozent) heraus. Entscheidender Motor in den Ländern mit stark wachsendem Neugeschäft war das Mobilien-Leasing, das 2003 mit rund 158 Milliarden Euro gut 80 Prozent des europäischen Leasing-Marktes ausmachte.

Für Leasing-Gesellschaften, die an dem überdurchschnittlichen Marktwachstum in den Staaten Ost- und Südosteuropas partizipieren wollen, ist vor allem das Mobilien-Leasing attraktiv. Denn zum einen ist es das größte und am weitesten entwickelte Marktsegment, zum anderen ist sein Potenzial dort bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

Wachstumstreiber sind dabei - der Modernisierungsbedarf in Industrie und Handwerk, - die fortschreitende Motorisierung sowie - der Ausbau der Produktionskapazitäten für den wachsenden Inlandsbedarf und den Export, nicht zuletzt durch die Verlagerung von Fertigungsstätten von West- nach Osteuropa. Wegen der starken außenwirtschaftlichen Verflechtung zwischen Deutschland und den Staaten Osteuropas haben gerade auf Maschinen und betriebliche Ausrüstungen spezialisierte Leasing-Gesellschaften dort gute Marktchancen. Schon jetzt gehen 9 Prozent aller deutschen Exporte in die Beitrittsländer - fast soviel wie in die USA. Damit kommt auch das Vertriebs-Leasing als verkaufsförderndes Instrument für Investitionsgüterhersteller ins Spiel. Auf der anderen Seite sind Tochterfirmen deutscher Unternehmen dort als Produzenten aktiv. Für sie kann Leasing eine attraktive Finanzierungsalternative beim Auf- und Ausbau ihrer Fertigungsstätten sein.

Der Gedanke, deutsche Hersteller - speziell aus dem industriellen Mittelstand - bei der Errichtung ihrer "verlängerten Werkbank" in mittel- und osteuropäische Nachbarländer zu begleiten, stand zum Beispiel Anfang der Neunzigerjahre bei der Gründung von

Tochtergesellschaften der Deutschen Leasing in Tschechien, Polen und Ungarn. 2001 kam die Slowakei hinzu. Damit hat der deutsche Leasing-Pionier bereits viele Jahre Erfahrung in den Ländern, die jüngst der Europäischen Union beigetreten sind. Die Deutsche Leasing CR in Prag feiert dieser Tage das zehnjährige Jubiläum. Seit 1998 ist die Gruppe darüber hinaus in Russland vertreten.

Auch lokale Unternehmenskunden, die entweder mit importierten Maschinen produzieren oder als regionale oder landesweite Dienstleister tätig sind, nutzen die Leasing-Lösungen überproportional. Die lokalen Kundenverbindungen eröffnen wiederum neue transeuropäische Geschäftspotenziale: So nutzt zum Beispiel der polnische Joghurtproduzent eine italienische Anlage ebenso wie die ungarische Druckerei eine deutsche Druckmaschine. Im Vorteil bei diesen europaweiten Geschäften sind leistungsfähige Leasing-Gesellschaften, die strategisch klar fokussiert sind, so dass sie in bestimmten Produkt- und Kundensegmenten spezifisches Markt-, Konzeptions- und Abwicklungs-Know-how aufbauen und optimal nutzen können. Die Deutsche Leasing hat sich deshalb international genau in dieser Richtung spezialisiert - insbesondere für die Märkte der Werkzeug-, Kunststoff-, Druck oder Baumaschinen, aber auch medizinische Geräte und IT-Ausrüstung. Parallel zum Osteuropa-Geschäft hat sie Tochtergesellschaften in Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien sowie mit einem starken Bankpartner eine Beteiligung in Österreich aufgebaut.

Lokale Präsenz ist nach wie vor wichtig, auch wenn die europäischen Güter- und Finanzmärkte, vor allem innerhalb der EU, immer stärker zusammenwachsen. Denn, so Deutsche-Leasing-Chef Heitmüller: "Die Nähe zum Kunden, die Kenntnis der unterschiedlichen Bedürfnisse, Mentalitäten und Wirtschaftsstrukturen in den einzelnen Ländern, ist und bleibt ein Schlüsselfaktor für den Markterfolg." Lokale Kompetenz ist zudem nötig, weil jedes Land in Europa immer noch seine eigenen zivil- und steuerrechtlichen Regeln hat. Sicher ist auch im Leasing-Recht auf längere Sicht eine EU-weite Harmonisierung zu erwarten, die den europaweit tätigen Leasing-Gesellschaften eine stärkere Standardisierung und damit willkommene Kosteneinsparungen ermöglichen sollte. Hans-Michael Heitmüller ist sich sicher: "Die Deutsche Leasing wird auch dann mit ihrer Kombination aus Segmentkompetenz und Kundennähe zu den Gewinnern gehören."

Leasing-Markt Europa Marktsegment/Region	Neugeschäft 2003 (in Mio. EUR)	Anteil in Europa
Mobilien-Leasing**	158.219	81,6
Immobilien-Leasing**	35.693	17,4
Europa insgesamt	193.912	100,0
Westeuropa ohne Deutschland**	(135.327)	(69,8)
Westeuropa insgesamt**	179.327	92,5

EU-Beitritts- und -Kandidatenländer 14.585 7,5

Land	Neugeschäft 2003(Mio. EUR)	Wachstum gg. Vorjahr*
Die 5 größten Märkte		
Deutschland	44.000	+0,0
Großbritannien	32.821	-7,5
Italien	32.155	-14,4
Frankreich	26.037	-2,0
Spanien	11.715	+21,1
Die 5 wachstumsstärksten Märkte		
Slowenien	996	+47,1
Griechenland	1.965	+31,0
Türkei	1.851	+28,3
Ungarn	2.771	+24,2
Polen	2.542	+21,5

* um Wechselkursänderungen bereinigt

** ohne Irland und Luxemburg

Quelle: Leaseurope, 2004

ots Originaltext: Deutsche Leasing AG

Im Internet recherchierbar: <http://www.presseportal.de>

Pressekontakt:

Deutsche Leasing AG
Frölingstraße 15-31
D-61352 Bad Homburg v. d. Höhe
www.deutsche-leasing.de

Wolfgang Eck
Telefon +49617288-1170
Telefax +49617288-1178
wolfgang.eck@dl.deutsche-leasing.de

Originaltext:

Deutsche Leasing AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/33459/deutsche-leasing-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_33459.rss2