

LEASING & FACTORING

Captives
Service-
Angebote aus
einer Hand

Synergieeffekte
Smarte Finanz-
dienstleistungen
kombiniert

Aus der Krise
'factorn'
Den Cash-Flow
zuverlässig
sichern

3

TIPPS FÜR

MEHR LIQUIDITÄT
UND FLEXIBILITÄT

MIT DEM RAD DER ZEIT

Strategisch klug entscheiden: Mit modernen Finanzierungsmöglichkeiten
fit für den Wettbewerb

FOTO: SHUTTERSTOCK

FULL
SERVICE
INKLUSIVE

Leasing-Konzepte
für den Handel

Leasen Sie Ihre Vision
040 - 808 100 400

www.albis-fullservice.de

Branchenkenntnis zählt sich aus!
Partner für den Mittelstand



ALBIS
FULLSERVICE

VORWORT

Bankkredite für den Mittelstand werden teurer und knapper. Grund genug, sich nach alternativen Finanzierungen umzusehen. Vor allem Factoring und Leasing bieten Klein- und Mittelbetrieben Vorteile.

Maßgeschneidert für den Mittelstand

Der deutsche Mittelstand hängt traditionell am Kreditropf der Banken. Trotz Krise kommen dabei größere Unternehmen noch problemlos an frisches Geld, kleinere Betriebe, zumal mit schwacher Bonität, müssen heute schon schlechtere Konditionen hinnehmen. Durch das Bankenregelwerk Basel III, das am 1. Januar 2013 in Kraft tritt, und die verschärfte Bankenregulierung wird die Schere weiter auseinandergehen.

Attraktive Alternativen

Immer mehr Mittelständler gehen deshalb neue Wege in der Finanzierung. Als Alternativen zum klassischen Bankkredit bieten sich neben Beteiligungen sowie Anleihen in erster Linie Factoring und Leasing an. Beide Instrumente sorgen für mehr Liquidität und stärken zugleich die Eigenkapitalbasis der Klein- und Mittelbetriebe.



„In Deutschland sind Wirtschaftsgüter im Wert von mehr als 200 Milliarden Euro geleast.“

Mario Ohoven, Präsident des Bundesverbandes mittelständische Wirtschaft (BVMW), Berlin

Leasing ist Wirtschaftsmotor

In Deutschland sind gegenwärtig Wirtschaftsgüter im Wert von mehr als 200 Milliarden Euro geleast; 85 Prozent aller Leasing-Kunden stammen aus dem Mittelstand. Mit einem Anteil von 53 Prozent an den außenfinanzierten Investitionen trägt Leasing maßgeblich zum wirtschaftlichen Aufschwung bei. So wird jede fünfte Ausrüstungsinvestition über Leasing realisiert.

Wachsende Leasingquote

Geleast wird nahezu alles – vom Lkw bis zu immateriellen Werten wie Patente. Den größten Anteil haben Fahrzeuge mit insgesamt 68 Prozent, gefolgt von Maschinen für die Produktion mit 14 Prozent sowie Büromaschinen und EDV mit sechs Prozent. Bei den Straßenfahrzeugen erreicht die Leasingquote, gemessen an den Anschaffungswerten mittlerweile 56 Prozent. Die Stückzahl der neu geleasten

Pkw stieg 2011 mit 10,4 Prozent stärker als die gesamten Pkw-Neuzulassungen mit plus 8,8 Prozent.

Zuwachs von Factoring

Ähnlich dynamisch entwickelt sich der Factoringmarkt. Die Marktdurchdringung, also das Verhältnis von angekauftem Forderungsvolumen und Bruttoinlandsprodukt, nimmt ständig zu. Waren es 2010 etwas über fünf Prozent, lag die Factoring-Quote im vergangenen Jahr bei gut sechs Prozent. Der Gesamtumsatz betrug 2011 rund 157 Milliarden Euro – ein Anstieg um fast 19 Prozent gegenüber 2010. Bei den Branchen dominieren naturgemäß Handel und Dienstleistungen. Finanziert wird vor allem der Mittelstand: 90 Prozent der Kunden gehören zum Umsatzbereich bis zehn Millionen Euro. Dennoch gibt es Wachstumspotenzial: Die Factoring-Quote in Großbritannien ist doppelt so hoch wie in Deutschland.

WIR EMPFEHLEN



Marcus Keller
Oldtimerexperte bei leasconcept

SEITE 04

„Der Trend zum Oldtimerleasen ist ungebrochen.“

MEDIA PLANET

LEASING & FACTORING
ZWEITE AUSGABE, DEZEMBER 2012

Verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe:



Project Manager:
Miran Genth

Tel: + 49 30 887 11 29 41
Fax: + 49 30 887 11 29 37

E-Mail: miran.genth@mediaplanet.com

Business Development Manager:
Christian Böhm

Editorial & Production Manager:
Jennifer Pott

Layout & Design:
Antje Polzin

Redaktion: Franziska Manske

Text: Sebastian Schmid, Lukas Nikmann, Dirk Bedenbecker, Christian Nicolaus, Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Dr. Karsten Schuck, Roberto Weckop

Lektorat: Claudia Nichterlein
Managing Director & V.i.S.d.P.:
Richard Julin

Mediaplanet Verlag Deutschland GmbH
Münzstraße 15, 10178 Berlin
Fehlandtstraße 50, 20354 Hamburg
Königsallee 14, 40212 Düsseldorf
www.mediaplanet.com

Vertriebspartner: Financial Times
Deutschland am 06. Dezember 2012
Print: EPM Verlagszentrum GmbH & Co KG, 58099 Hagen



Mediaplanet Germany
Jetzt auch bei Facebook und Twitter.
Gefällt es Ihnen?

DANKE

MEDIA PLANET

Liebe Leser,

nach drei erfolgreichen Jahren mit vielen spannenden Sonderpublikationen ist dies nun die letzte Ausgabe in der Financial Times Deutschland. Freuen Sie sich auf weitere interessante und informative Ausgaben vom **Verlagshaus Mediaplanet** rund um die Themen Gesundheit, Business, Technik und Lifestyle in den Tageszeitungen DIE WELT, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Berliner Morgenpost, Hamburger Abendblatt und in der Rheinischen Post.

Bis bald, Ihr Mediaplanet-Team





DIE MÖGLICHMACHER



INTERVIEW
mit **Alfons Fehlner**, Leitung
Vertrieb Deutschland der **MAN Financial Services GmbH**

„Herr Fehlner, die MAN Financial Services GmbH ist die hauseigene Finanzierungsgesellschaft (Captive) von MAN. Welche Vorteile haben MAN-Kunden, wenn Sie ihre Fahrzeuge mit Ihnen finanzieren anstatt bei Ihrer Hausbank?“

„MAN-Kunden profitieren mehrfach, wenn sie sich für MAN Finance entscheiden. Durch die Nähe zum Hersteller und als einer der größten deutschen Captives im Nutzfahrzeugbereich kennen wir unsere Kunden und deren Geschäftsfelder wie unsere Westentasche. Wir kommunizieren auf Augenhöhe und wissen, welchen Herausforderungen sie sich im aktuellen Marktumfeld stellen müssen. Wir verbinden also die Nähe zum MAN-Produkt mit hohem Leasing- und Finanzierungs-Know-how. Und deshalb sind wir besser als eine Hausbank in der Lage, auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen.“

„Individuell zugeschnittene Produkte preisen heute ja viele Finanzdienstleister an. Schaut man aber hinter die Kulissen, ist es mit der Flexibilität oft nicht weit her. Inwiefern unterscheidet sich MAN Finance hierin von einer normalen Hausbank?“

„Zunächst haben die Kunden bei uns die Wahl zwischen mehreren Finanzierungsprodukten – vom einfachen Kredit über Mietkauf bis hin zum Leasingvertrag mit Kilometerabrechnung, also die Wahl zwischen klassischem Eigentum-

serwerb und reiner Nutzung. Zudem sind wir als Captive in der Lage, Finanzierungslösungen und Produkte aus anderen MAN-Bereichen nach dem Baukastenprinzip modular zu kombinieren und als effizientes Gesamtpaket anzubieten. Damit verschaffen wir unseren Kunden beim Thema Total Cost of Ownership einen beachtlichen Wettbewerbsvorteil und schaffen spürbaren Mehrwert.“

„Das klingt nach großen Versprechungen. Könnten Sie uns hierzu vielleicht ein Beispiel nennen?“

„Selbstverständlich! Eine unserer meistverkauften Lösungen ist das FullService-Leasing, unser optimales Kosten-Nutzen-Paket. Hierbei handelt es sich um eine Kombination aus KM-Leasingvertrag und MAN Services. Der Kunde zahlt budgetschonend nur eine Rate für die tatsächliche Nutzung des Fahrzeugs und braucht sich gleichzeitig über die gesamte Laufzeit keine Sorgen um Wartungs- und Reparaturkosten zu machen. Das gewährleistet eine sichere Kalkulationsbasis. Auf Wunsch bieten wir optional weitere sinnvolle Bausteine an wie z.B. die MAN Service Card, Telematik-Dienstleistungen oder MAN Finance PremiumCover, unsere Nutzfahrzeugversicherung.“

„Stichwort Versicherung: Warum sollte ein Kunde die Kfz-Versicherung ausgerechnet bei Ihnen abschließen? Die Konkurrenz in diesem Bereich ist ja sehr groß.“

„Als Captive hilft uns auch in diesem Bereich unser Branchen-Know-how. Wir wissen aus den Gesprächen mit unseren Kunden, dass Schäden durch Unfälle oder Bedienungsfehler die Existenz eines Unternehmens bedrohen können. Der wachsende Mangel an qualifizierten Fahrern verstärkt das Problem. Unsere Versicherung deckt daher die typischen Schäden ab, mit denen wir heute rechnen müssen. Dazu gehören Brems-, Bruch- und Betriebsschäden ebenso wie z.B. Bergungs- und Abschleppkosten – und das europaweit und zu wettbewerbsfähigen Preisen.“

„Kann man also sagen, dass die MAN Finance als Captive von MAN sich nicht nur als reiner Absatzfinanzierer versteht?“

„Ganz genau. Wir bieten Mobilitätslösungen und schaffen damit mehr Wirtschaftlichkeit, Wettbewerbsfähigkeit und Wachstum. Das heißt für uns: Was unsere Kunden auch umtreibt – wir machen es möglich.“

Für weitere Informationen:
www.man-finance.com

**Efficient
Transport.**
Financed by MAN.

NEWS

TIPP

1

MEHRWERT
AUSSCHÖPFEN

„Carsharing ist ein Motivationsfaktor“

■ **Das Teilen von Fahrzeugen etabliert sich – nicht nur im privaten Bereich. Selbst mittelständische Unternehmen profitieren von flexiblen Corporate-Carsharing-Lösungen wie AlphaCity von Alphabet. Die Unternehmensgruppe Kögel stellt ihren 180 Mitarbeitern seit November 2012 zwei Fahrzeuge des Business Mobility Dienstleisters für berufliche Termine – und gegen geringe Gebühr auch privat – zur Verfügung. Warum sich das lohnt, erläutert Peter Kögel, Mitglied der Geschäftsleitung und Personalleiter der Kögel Bau GmbH & Co. KG.**



Peter Kögel
Mitglied der Geschäftsleitung und Personalleiter der Kögel Bau GmbH & Co. KG.

■ **Herr Kögel, seit November dieses Jahres nutzt Kögel Bau die Corporate-Carsharing-Lösung AlphaCity. Damit können Ihre Mitarbeiter für Termine und Botenfahrten auf zwei Firmenfahrzeuge zurückgreifen. Was hat Sie dazu veranlasst, die**



REPRÄSENTATIV. Kunden können ihre Fahrzeuge individuell bekommen lassen. FOTO: ALPHABET

Lösung einzuführen?

Als innovatives Unternehmen sind wir immer offen für Neues. Außerdem fühlten wir uns von dem Alphabet Kundenberater von Anfang an sehr gut betreut. Und: Corporate Carsharing bietet einfach handfeste Vorteile.

■ Können Sie die kurz erläutern?

Rund 40 unserer Angestellten haben einen eigenen Dienstwagen. Alle anderen mussten sich bislang für berufliche Termine wie Botenfahrten ein Au-

to von den Kollegen ausleihen oder mit ihrem Privatfahrzeug fahren. Mit AlphaCity haben jetzt alle Mitarbeiter einfach und flexibel Zugang zu einem hochwertigen und gut ausgestatteten Firmenfahrzeug. Niemand muss sich als Bittsteller fühlen, das Prozedere ist transparent, und auch versicherungstechnisch ist alles geregelt. Hinzu kommt, dass das Buchungs- und Abrechnungsverfahren extrem einfach ist.

■ Klingt toll, aber rechnet

FAKTEN

Worauf muss ich beim Carsharing achten?

■ Zunächst sollte man überlegen, welche Abrechnungsweise dem eigenen Fahrverhalten entgegen kommt. Das Angebot variiert zwischen strecken- und fahrtzeitbezogener Preisberechnung.

■ Es empfiehlt sich, vor jedem Fahrtantritt das Fahrzeug genau auf Schäden zu untersuchen und gegebenenfalls der Zentrale zu melden. Bei einigen Anbietern kann man zudem vor

Fahrtantritt durch eine geringe Gebühr eine Vollkaskoversicherung abschließen.

■ Beim Carsharing gelten häufig spezielle Parkregelungen. Teilweise gibt es eigens reservierte Parkplätze. Andere Anbieter gewähren wiederum eine komplette Parkfreiheit in Innenstadtbereichen. Wichtig: Nur im Geschäftsgebiet des Anbieters parken, da sonst die Kostentührer weitertickt.

sich das auch finanziell?

Wir können die Leasingkosten zumindest teilweise über die private Nutzung ausgleichen. Denn die Mitarbeiter dürfen sich den BMW X1 oder das MINI Cabrio auch privat gegen eine Gebühr ausleihen – nach Dienstschluss und am Wochenende, wenn die Autos im Unternehmen nicht gebraucht werden.

■ Und damit holen Sie die Leasing-Kosten wieder rein?

Ja, aber nur einen Teil davon, weil wir nur eine sehr geringe Gebühr für die private Nutzung erheben. Für Kögel Bau ist AlphaCity in erster Linie ein Motivationsfaktor. Dass wir in den letzten Jahren so erfolgreich waren und stetig gewachsen sind, verdanken wir nicht zuletzt unseren Mitarbeitern. Die wollen wir mit den AlphaCity-Fahrzeugen belohnen. Und wer möchte nicht ab und zu mit einem MINI Cabrio ins Wochenende verschwinden?

■ Sehen Sie im Corporate Carsharing auch eine Möglichkeit, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen?

Absolut. Ein flexibler Zugang zum Firmenwagen macht ohne eigenen Wagen mobil. Das ist ein klarer Anreiz – auch für potenzielle Mitarbeiter.

FRANZISKA MANSKE

redaktion.de@mediaplanet.com

TREND

Leasen von Oldtimern



Marcus Keller
Oldtimerexperte bei leasconcept

Das Leasing von Oldtimern erscheint zunächst exotisch. Geschäftlich genutzte Neufahrzeuge werden üblicherweise geleast, Oldtimer aber meist aus privater Leidenschaft gekauft und bewegt.

„Dennoch ist der Trend zum Oldtimer-Leasing ungebrochen“ erklärt Marcus Keller, Oldtimerexperte. Offenbar erkennen immer mehr Unternehmer, dass alte Autos als Firmenwagen wirtschaftlich hochinteressant sein können: Mit der Ein-Prozent-Regel benachteiligt das Finanzamt Fahrer gebrauchter Dienstwagen durch den Ansatz des Neupreises für die Ermittlung des geldwerten Vorteils. Genau diese Regelung aber entlastet den Oldtimerfahrer: Denn auch bei ihm wird der Listenpreis angesetzt, allerdings der weit geringere historische. Ein 90.000 Euro teurer Porsche 911 S von 1971 kostete 27.140 DM (13.876 Euro). Statt 900 Euro müssen also nur 138,76 Euro versteuert werden. Dazu kommen der geringe Wertverlust und das positive Image eines Oldtimers beim geschäftlichen Einsatz – ganz abgesehen vom Fahrerlebnis eines klassischen Automobils.

Und warum macht in diesem Zusammenhang das Leasing eines Oldtimers Sinn? Die Antwort liegt im Steuerrecht und der Bilanzierung: Statt das Fahrzeug im Anlagevermögen abzuschreiben, können die Leasingraten sofort und steuerwirksam als Betriebsausgaben geltend gemacht werden. Außerdem entfällt die Problematik der Bewertung im Anlagevermögen – ein wichtiger Aspekt angesichts der hohen Wertstabilität eines Klassikers.

Dienstwagen-Leasing: Mittelstand als Schlüsselsegment

■ Ob nun beim Vorort-Termin auf der Baustelle oder beim Meeting mit dem strategischen Partner: Der Firmenwagen ist die automobilen Visitenkarte eines Unternehmens. Er ist nicht nur Fortbewegungsmittel, sondern dient der Repräsentation und der Mitarbeiterbindung. Gerade deswegen sind zum Beispiel auch Premiummarken nicht mehr nur im Topmanagement von Großunternehmen zu finden, sondern stehen immer öfter auch im Bereich des Mittelstands im Fokus des Interesses – von der Ge-

schäftsführung bis hin zu Experten aus Fachabteilungen. „Premiumfahrzeuge sind emotional und individuell. Zudem können dank moderner Motoren mit immer niedrigerem Kraftstoffverbrauch Mitarbeiter mit einem motivierenden Fahrzeug ausgestattet werden, ohne entsprechende Mehrkosten für den Unterhalt be-



Thomas Schmidt
Leiter Commercial & Key Accounts bei Jaguar/Land Rover Deutschland

streiten zu müssen“, erklärt dazu Leasing-Experte Thomas Schmidt.

Rahmenbedingungen sind entscheidend

Gerade für Firmenkunden stellt dabei das Leasing die wichtigste Alternative zur Finanzierung dar. Und die Vorteile liegen auf der Hand: Man zahlt nur für die tatsächliche Nutzung, ist immer mit den modernsten Modellen ausgestattet und ohne hohe Anschaffungskosten bleibt mehr Raum für Investitionen. Doch damit all diese Vorteile auch

optimal und individuell genutzt werden können, ist eine konsequente Service-Orientierung des Leasing-Anbieters unabdingbar. „Hier ist es entscheidend, die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Dazu gehört ein umfassendes Full Service Leasing, aber auch die Einrichtung zentraler Anlaufstellen in Form von Schwerpunkthändlern mit speziell für Firmenkunden geschultem Personal“, fasst Thomas Schmidt zusammen.

SEBASTIAN SCHMID

redaktion.de@mediaplanet.com

IM BILD



TIPPS

5 Gründe für Leasing und Factoring

Trotz Krise Liquidität erhalten – so geht's:

Produktionsanlagen leasen, das heißt:

- das gesparte Geld gewinnbringend investieren
- das geleaste Objekt finanziert die Raten (steuerlich absetzbar) quasi selbst

Die Außenstände an ein Factoring-Institut verkaufen, das heißt:

- im Gegenzug sofortige Liquidität
- kein Ausfallrisiko
- auf Wunsch Forderungsmanagement, samt Mahn- und Inkassowesen

! **Weitere Informationen unter:**

www.foerderland.de

ANZEIGE

NordLeasing

Mit Sale & Lease Back zu frischer Liquidität

Mittelständische Unternehmen bilden das Rückgrat der deutschen Wirtschaft: Hier werden die meisten Arbeitsplätze geschaffen, und mit seinem Know-how steht so manches Unternehmen technologisch an der Weltspitze. „Made in Germany“ ist international gefragt, das zeigen die guten Exportergebnisse der letzten Jahre. Doch niemand kann sich auf seinen Lorbeeren ausruhen, die Marktbedingungen ändern sich schnell. Das gilt auch für die Finanzierung, wie die Finanzkrise gezeigt hat. Deshalb suchen mittelständische Unternehmen zunehmend nach Alternativen: Eine Verbreiterung der Finanzierungsbasis und der Wunsch nach Flexibilität stehen dabei ganz oben auf der Agenda.

Nord Leasing finanziert bankenunabhängig

Eine intelligente Alternative zum klassischen Bankkredit ist zum Beispiel das Sale & Lease Back (oder als Variante: Sale & Rent Back), mit

dem gebundenes Kapital freigesetzt und so die Liquidität erhöht wird. Bei dieser Sonderform des Leasing kauft der Leasinggeber die gebrauchten Maschinen und maschinellen Anlagen des Unternehmens, die von diesem dann wieder zurückgeleast werden. Der Zeitwert des Anlagevermögens sollte hierbei mindestens 400.000 Euro betragen.

Die Nutzung wird dabei zu keinem Zeitpunkt eingeschränkt. Besonders für das produzierende Gewerbe ist dies eine interessante Möglichkeit, um mit der frischen Liquidität den Handlungsspielraum zu erweitern. Sale & Lease Back bietet flexible Laufzeiten und ist auch vor dem Hintergrund von Basel III zu sehen - die geplante Verschärfung der Eigenkapitalstandards bei den Banken wird die Kreditfinanzierung voraussichtlich erschweren und verteuern.

Wachstumschancen nutzen

Typisches Beispiel: Ein Werkzeughersteller möchte ein neues Pro-

jekt umsetzen und parallel dazu flexibler mit seinen Lieferanten verhandeln und gewährte Skonti nutzen können. Dafür fehlt ihm zunächst das Geld, die Bank gewährt neue Mittel nur gegen Sicherheiten. Beim Sale & Lease Back sind Sicherheiten oder eine Bürgschaft aber nicht nötig, und so erhält der Werkzeugbauer für seine Maschinen, die er als Leasingnehmer weiterhin nutzt, 1,8 Mio. Euro. Mit diesem Geld treibt er nun seine Projekte voran. Ein wichtiger Aspekt für den Mittelständler ist auch, dass er keine Gesellschaftsanteile abgeben muss und die Liquiditätszufuhr keine Einflussnahme des Leasinggebers auf die Führung des Unternehmens nach sich zieht.

Fazit: Mit Sale & Lease Back überbrücken Unternehmen Liquiditätssengpässe und eröffnen sich neue Wachstumschancen. Und nicht zuletzt verbessert die Kapitalzufuhr auch noch ihr Rating, respektive ihre Bonität.



Thomas Vinnen
Geschäftsführer der Nord
Leasing GmbH

NEWS

Captives: Auto, Finanzierung und Versicherung aus einem Haus

Gemessen am Umsatz ist die Automobilbranche der bedeutendste Industriezweig Deutschlands.

Im Jahr 2011 setzte dieses Segment insgesamt mehr als 350 Milliarden Euro um, produzierte dafür 5,9 Millionen PKW und hatte mehr als 700.000 Beschäftigte vorzuweisen. Doch neben ihrer Kernkompetenz als Produzent und Vertreiber von Automobilen nehmen immer öfter sogenannte herstellereigebundene Finanzdienstleister eine zentrale Rolle in der Wertschöpfungskette von Unternehmen der Automobilindustrie ein.

Komplettes Produktportfolio

Ist ein Unternehmen, das Finanz- und Versicherungsdienstleistungen anbietet, mit einem Erstausrüster (englisch: Original Equipment Manufacturer; kurz: OEM) wie einem Automobilhersteller wirtschaftlich verbunden, so handelt es sich um Captives. Diese sind meist als hundertprozentige Tochtergesellschaft in die Konzernstruktur eingebunden und bieten in der Regel



RUNDUM-SERVICE: Captives ersparen Kunden das Handling mehrerer Dienstleister und schaffen so mehr Transparenz in der Kostenaufstellung. FOTO: SHUTTERSTOCK

das komplette Leistungsportfolio eines konventionellen Finanzdienstleisters an - also von der Finanzierung und dem Leasing von Neu- und Gebrauchtwagen, der Finanzierung von Lagerbeständen über das Angebot von KFZ-Versicherungen, Restschuldversicherungen oder Garantiever sicherungen für Endkunden bis hin zum Full Service Leasing und dem Flottenmanagement für Geschäftskunden.

Vorteile für Hersteller und Kunden

Aus dieser Nähe zwischen Produkt und dessen Finanzierung ergeben sich sowohl für den Hersteller als auch

für den Verbraucher verschiedene Vorteile. Die Kunden profitieren beispielsweise von „kurzen Wegen“ bei der Bearbeitung und mehr Transparenz hinsichtlich der Gesamtbetriebskosten eines Fahrzeugs, da diese bereits beim Kauf komplett zu überschauen sind und Fehlkalkulationen keine Chance mehr haben. Auf der anderen Seite können Captives als Teil einer ganzheitlichen Unternehmensstrategie den Herstellern dabei helfen, die Absatzzahlen zu steigern und die Loyalität der Kunden zu erhöhen. Sie spielen sowohl am Point of Sale als auch im After Sales (Reparatur und

Wartung) eine essentielle Service-Rolle. Zudem bilden sie eine relevante Einnahmequelle. So erwirtschafteten im Jahr 2010 deutsche Erstausrüster gut ein Drittel ihrer Gewinne durch Finanzdienstleistungen.

Captives als Treiber für Innovation

Doch nicht nur im aktuellen automobilen Tagesgeschäft sind Captives von großer Relevanz. Auch in der zukünftigen Entwicklung könnten herstellereigebundene Finanzinstitute eine wichtige Rolle spielen. So könnten durch die Nähe zwischen Erstausrüster und Finanzinstitut direkt am Point of Sale zeitnah neue Finanzprodukte - von der Kreditkarte bis hin zur Reiseversicherung - mit angeboten werden. Darüber hinaus könnte Captives auch ein wichtiger Parameter bei der Umsetzung restwertorientierter Konzepte zukommen - zum Beispiel bei der Wiedervermarktung von Fahrzeugen aus vorzeitig beendeten Verträgen.

LUKAS NIKMANN

redaktion.de@mediaplanet.com

VERSICHERUNG

Schadenprävention

Risikomanagement für den Fuhrpark wird immer wichtiger.

Versicherungen von Firmenflotten haben teilweise mit Schadenquoten von über 100 Prozent zu kämpfen. Das bedeutet oftmals, dass die Reparaturkosten höher liegen als die Versicherungsprämien. Dieser Umstand führt im Endeffekt stets zu höheren Beiträgen und wird auf Dauer zu einer Belastung für die Fuhrparkleiter und Unternehmen.

Die Lösung zur Reduzierung dieser Kosten ist einfach. Die Fuhrparkleiter müssen ein Risikomanagementsystem installieren, das aufzeigt, welche Fahrer am häufigsten in Unfälle involviert sind. Hier kann auch die Unfallart und Strecke, auf der sich besonders häufig Unfälle ereignen, gesammelt werden. Diese Maßnahmen schaffen Transparenz im Fuhrpark, unterstützen bei der Mitarbeitersensibilisierung und helfen, den nötigen Versicherungsschutz anzupassen.

CHRISTIAN NICOLAUS

redaktion.de@mediaplanet.com

ANZEIGE

Klassiker leasen!



Leasen Sie doch, was Sie wollen:
Vom Auto über Maschinen und Anlagen
bis hin zu Ihrem Oldtimer – gemeinsam
mit Ihnen entwickeln wir die beste
Finanzierung.

Ob Leasing oder Mietkauf: Schnelle und
flexible Vertragsabwicklung sowie eine
persönliche Betreuung sind garantiert.
Wir beraten Sie gern!

leasconcept

Gesellschaft für Mobilien-Leasing

Bredeneyer Str. 2b, 45133 Essen

Telefon 0201 842250

info@leasconcept.de

www.leasconcept.de



Besuchen Sie uns in der
Classic Remise Düsseldorf:

Harffstraße 110a, 40591 Düsseldorf

Telefon 0211 9769650

oldtimer@leasconcept.de

NEWS

IM BILD

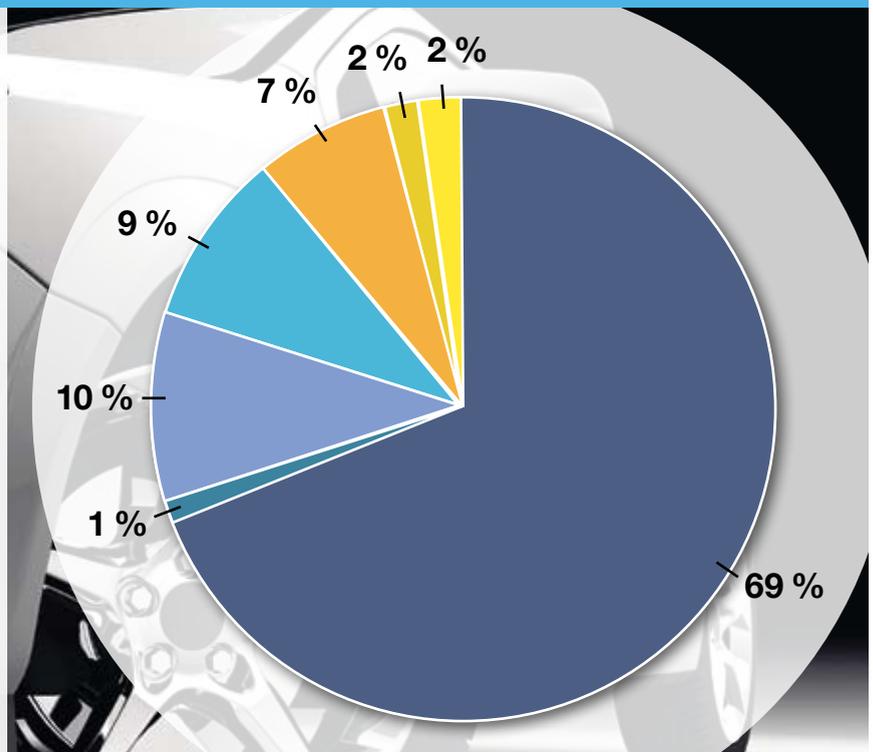
STATISTIK

Was wird geleast?

Die Leasing-Branche ist Deutschlands größter Investor und generierte ein jährliches Investitionsvolumen von zuletzt 49,3 Milliarden Euro in 2012. 1,6 Millionen Leasing-Verträge wurden 2012 neu abgeschlossen. Zu den Leasing-Kunden zählen insbesondere mittelständische Unternehmen. Und diese leasen fast alles - vom Pkw bis hin zum Drucker.

- Handelsobjekte/Geschäfts- und Bürogebäude
- Produzierende Gebäude- und Lagerhallen
- Nachrichten/Signaltechnik/sonstige Ausrüstung
- Büromaschinen und IT
- Produktionsmaschinen
- Luft- /Schienen-/Wasserfahrzeuge
- Pkw/Nutzfahrzeuge

QUELLE: BDL; STAND: NOVEMBER 2012 ANTEILE AM MOBILIEN-NEUGESCHÄFT 2012 IN PROZENT



Happy Birthday: 50 Jahre Leasing in Deutschland

Die deutsche Leasing-Wirtschaft feiert in diesem Jahr ihren 50. Geburtstag. Grund genug, um noch einmal die wichtigsten Meilensteine – von den Anfängen in den 60er-Jahren bis zur Gegenwart – Revue passieren zu lassen.



RUNDER GEBURTSTAG: Die Branche, die ihre Ursprünge in den USA hat, feiert ihr 50-jähriges Bestehen. FOTO: BDL

Alles beginnt, als Leasing im Jahr 1962 als alternative Investitionsform aus den USA nach Deutschland kommt. Zwar bestand für Unternehmen schon früher die Möglichkeit zum Beispiel große Produktionsmaschinen durch eine Anlagenmiete betreiben zu können, mit der Gründung der ersten Leasing-Gesellschaften ist dies jedoch endlich auch unabhängig vom Hersteller möglich. Dennoch sieht sich die Branche zunächst mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert: Neben den fehlenden rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen ist das Denken der Unternehmer dieser Zeit noch stark vom Eigentumsgedanken geprägt. Am Ende der 60er-Jahre liegt die Leasingquote in Deutschland

bei 0,6 Prozent was einem Volumen von circa 600 Millionen DM im Leasing-Neugeschäft entspricht.

Boom in den 70ern

Als Jahrzehnt des Durchbruchs für das Leasinggeschäft können die 70er-Jahre bezeichnet werden. Zunächst wird durch den Vollamortisationserlass des Bundesministeriums für Finanzen (BMF), sowohl für den Mobilien, als auch für den Immobilienbereich, die Zurechnung von Leasing-Objekten zum wirtschaftlichen Eigentum und somit auch die steuerrechtliche Grundlage der Branche geregelt. Darüber hinaus wird in den 70ern das Neugeschäft

mehr als verneunfacht. Dabei werden auch die Kunden in ersten Marktforschungen nach ihren Beweggründen für Leasing-Geschäfte befragt. Die Motive besitzen bis zum heutigen Tag die gleiche Aktualität. Zu den Spitzenreitern zählen die Erhaltung des Kreditrisikos, die Liquiditätsvorsorge und die Reduzierung des Überalterungsrisikos.

Erstmals mehr als 50 Milliarden Euro in 2006

Durch Einführung der Computertechnik nimmt in den 80ern auch der Leasing-Anteil von Büroausstattungen stark zu. Das größte Wachstum hat zu dieser Zeit aber das Autoleasing mit 31 Prozent im

Jahr 1982 aufzuweisen. Zudem wird der Mittelstand endgültig als Geschäftsfeld erschlossen, was letztlich zu Beginn der 90er-Jahre zum erstmaligen Durchbrechen der 40-Milliarden-DM-Marke im Neugeschäft führt.

Mit der Wiedervereinigung steigt auch die Leasing-Relevanz in den neuen Bundesländern. Sie weist 1994 ein Neugeschäftsvolumen von 7,6 Milliarden DM auf. In den kommenden Jahren wächst die gesamtdeutsche Branche immer weiter und kann auch trotz der Rezession am Anfang des neuen Jahrtausends seine Marktanteile stetig weiter ausbauen. 2006 wird erstmals die 50-Milliarden-Euro-Marke durchbrochen, was die enorme Relevanz der Branche zeigt und sich auch bei den Konsumenten widerspiegelt. So belegt eine repräsentative Studie aus dem letzten Jahr, dass bei einer Investition von 25.000 bis 30.000 Euro mittlerweile mehr Leute an Leasing (34 Prozent) als an einen Kredit (28 Prozent) denken.

VORTEILE VON LEASING

Dauerhafte Werthaltigkeit

Ein Erfolgsrezept des Leasings lag immer schon darin, dass sich die Leasing-Branche flexibel an die Bedürfnisse der Kunden anpasst. Mit zunehmender Komplexität der Geschäftsprozesse tritt der reine Finanzierungsaspekt des Leasings in den Hintergrund: Der Kunde sucht Problemlösungen, das heißt, es geht ihm nicht um den Besitz eines Wirtschaftsgutes, sondern um die Nutzung von Kapazitäten. Die Nutzung soll flexibel sein, also auf wechselnde Auslastungen reagieren, sie soll mit dem neuesten technologischen Standard erfolgen und sie soll einen umfassenden Service beinhalten. Weit fortgeschritten ist die Kombination von Leasing und Service im IT-Bereich und im Flottenmanagement. Der Leasing-Nehmer kann so Nicht-Kernbereiche outsourcen, für den Leasing-Geber ergibt sich durch die Übernahme von Servicefunktionen der Vorteil, besser sicherstellen zu können, dass die Werthaltigkeit des Leasing-Objekts erhalten bleibt.

Weitere Informationen unter:

www.leasinginstitut-koeln.de

DR. THOMAS HARTMANN-WENDELS

redaktion.de@mediaplanet.com

SEBASTIAN SCHMID

redaktion.de@mediaplanet.com

INSPIRATION

Für Innovationskraft und wirtschaftlichen Erfolg brauchen Unternehmen finanziellen Handlungsspielraum. Leasing und Factoring sind wichtige Finanzdienstleistungen, die in diesem Bereich Flexibilität gewährleisten und gerade in ihrem Zusammenspiel Synergien erzeugen können. Zusätzlich profitieren Kunden, wenn beide Produkte aus einer Hand kommen.

SYNERGIEN DURCH LEASING UND FACTORING AUS EINER HAND

■ Wie agil und handlungsfähig ein Unternehmen heutzutage auf dem Markt sein kann, ist neben seiner Kompetenz und Arbeitskraft eng mit dem zur Verfügung stehenden Kapital verbunden. Working Capital oder zu deutsch Netto-Umlaufvermögen ist das Schlagwort, das einerseits kurzfristige Investitionen ermöglicht, andererseits aber auch ein wichtiges Kriterium zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens darstellt. Ein gut aufeinander abgestimmtes Paket aus Leasing und Factoring kann hier entscheidende Vorteile hinsichtlich der Bewertung eines Unternehmens einbringen.

Liquidität durch Factoring, Neuerungen durch Leasing

Einen der zentralen Posten des Umlaufvermögens stellen die Forderungen und Außenstände eines Unternehmens gegenüber seinen Debitoren dar. Damit derartige Forderungen auch schnellstmöglich in verfügbare Einnahmen umgewandelt werden können, dient das Factoring als wichtige Finanzdienstleistung. Hierbei werden die Außenstände an ein Kreditinstitut verkauft, das dann einerseits sofort verfügbare Mittel bereitstellt und sich andererseits um das weiterführende Forderungsmanagement kümmert. So kann das Unternehmen schnell Umsatz generieren und gegebenenfalls sogar das Risiko von Forderungsausfällen abgeben.

Ein weiterer Faktor, der auch in wirtschaftlich angespannten Situationen drin-

gend notwendige Investitionen ermöglicht, beispielsweise in Maschinen oder neue Fahrzeuge für einen Fuhrpark, ist das Leasing. Die zahlreichen Modelle - vom klassischen Leasing über den Mietkauf bis hin zum Sale and Lease-Back - ermöglichen gerade zu Zeiten der Energiewende und eines immer rasanteren technologischen Wandels Neuanschaffungen ohne überdimensionale Investitionen. Im Jahr 2011 wurden für insgesamt 46,50 Milliarden Euro Mobilien geleast. Zu den wichtigsten Objektgruppen zählten neben Fahrzeugen und Vehikeln, Produktionsmaschinen und IT.

Alles aus einer Hand

Doch neben ihren Einzelvorteilen erweisen sich Leasing und Factoring als ein ideales

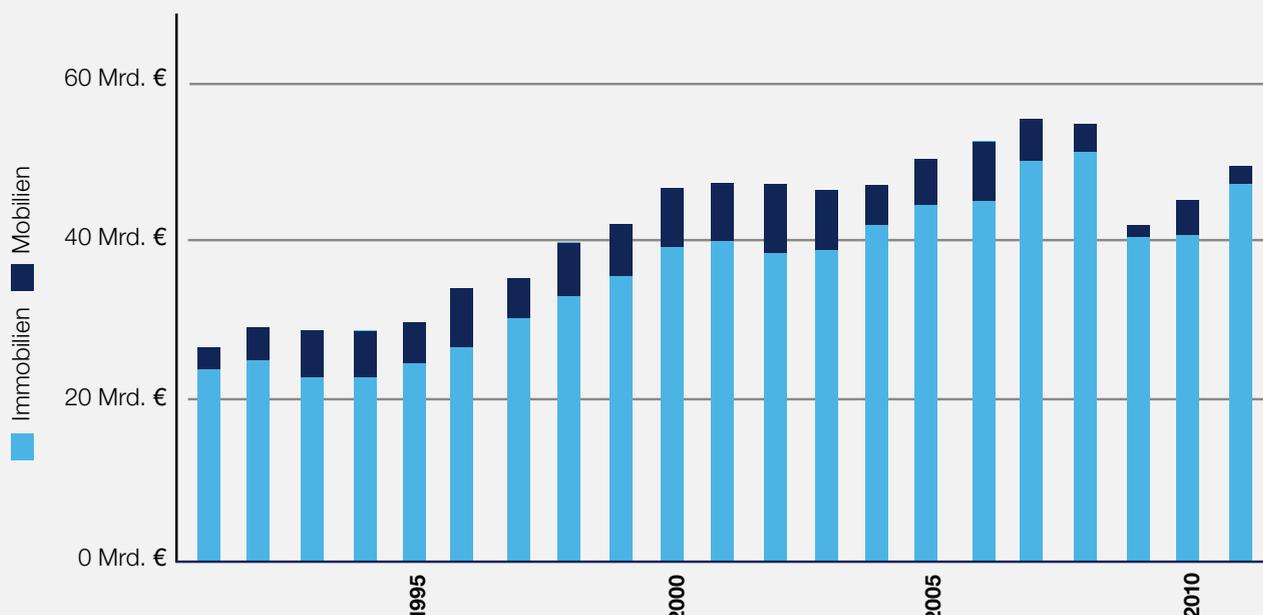
Finanzierungsteam. Die Liquidität des Unternehmens kann durch Factoring dauerhaft sichergestellt werden. Diese sichert dann wiederum die Finanzierung von Leasingraten, was weitere Investitionen ermöglicht. Diesen Synergieeffekt haben auch die Finanzdienstleister erkannt und bieten dementsprechend immer öfter Leasing und Factoring aus einer Hand an. Dadurch können beispielsweise Forderungsmanagement und Leasing-Raten ideal aufeinander abgestimmt werden, was den Unternehmen letztlich dann zusätzlichen wirtschaftlichen Handlungsspielraum und mehr Innovationskraft ermöglicht.

SEBASTIAN SCHMID

redaktion.de@mediaplanet.com

IM BILD

Neugeschäft im Immobilien- und Mobilien-Leasing





MELDUNG

Dank „made in Germany“ Rekordumsätze für Factoring-Dienstleister

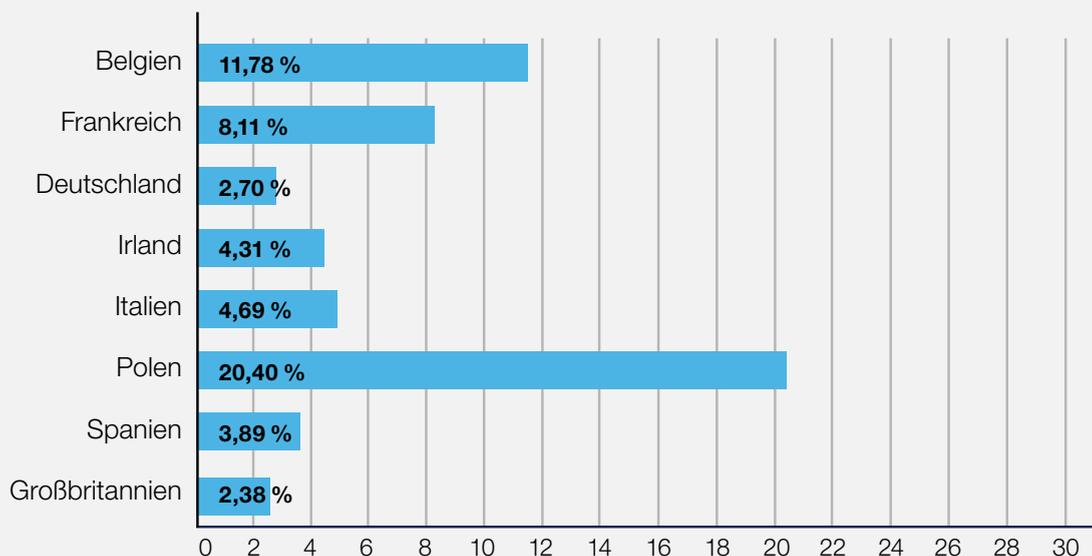
Auch im vergangenen Jahr erreichte die Factoring-Wirtschaft wieder Rekordzahlen: Die im Deutschen Factoring-Verband organisierten Institute erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Umsatz von 157,26 Milliarden Euro, ein Zuwachs von 18,89 Prozent.

„Im Durchschnitt wuchs das Factoring-Volumen in den letzten zehn Jahren jährlich um fast 20 Prozent“, fasst Joachim Secker, Sprecher des Vorstandes des Deutschen Factoring-Verbandes, die Zuwächse der letzten Jahre zusammen.

Auch die Anzahl der Neukunden nahm zu. Die deutsche Wirtschaft wuchs 2011 um insgesamt drei Prozent. Verantwortlich für das erfreuliche Wachstum waren die national gestiegenen Konsumausgaben, höhere Investitionen sowie die auch im gesamten Jahr wieder starke Exportwirtschaft von Produkten und Dienstleistungen „made in Germany“.

FOTOS: SHUTTERSTOCK

Umsatzvolumen nach Ländern im Jahr 2011 in Prozent



NEWS



STRATEGISCH KLUG ENTSCHIEDEN:
Leasing bietet heutzutage weit mehr, als die reine Produktfinanzierung.
FOTO: SHUTTERSTOCK

EXPERTENPANEL			
	Frage 1: Welche neuen Trends gibt es im Leasing?	Frage 2: Welche Beispiele für innovativen Service im Leasing-Bereich kennen Sie?	Frage 3: Welche Ansprüche hat ein heutiger Leasing-Kunde an den Leasing-Geber?
 Peter Koß Geschäftsführer der ALBIS Fullservice Leasing GmbH und der Gallinat-Leasing GmbH	Neben der Finanzierungsfunktion zeichnet sich die Schaffung von Mehrwert und insbesondere die Tendenz, den Service-Gedanken übergreifend zu gestalten, ab. Typische Branchen aus dem Full-Service-Bereich waren bisher Kfz, Druck oder Telekommunikation. Derzeit versuchen andere Branchen ebenfalls dieses „Extra“ für Kunden zu schaffen. Ausgerichtet am Produkt und dessen Nutzen entstehen hier für kleine und mittelständische Unternehmen spürbare Vorteile.	Ein wichtiges Stichwort ist hier „Objekttausch“. Konkret bedeutet das: Während der Grundmietzeit kann das Leasing-Objekt getauscht werden, um den Service-Anteil mit neuesten Technologien und neuem unverbrauchten Material auf einem kalkulierbaren Niveau zu halten. Um den exakten Bedarf des Kunden zu ermitteln, sollte eine Einschätzung vor Ort im Betrieb erfolgen, denn eine individuelle Bedarfsermittlung ist unabdingbar.	Die Flexibilitätsanforderungen unserer Kunden verändern sich. Das bezieht sich sowohl auf die Objektbeschaffung als auch auf dessen Ausstattung. Zudem wollen Kunden zunehmend Flexibilität in der Vertragsanpassung über die gesamte Laufzeit hinweg. Sie wünschen sich vom Leasing-Geber die Übernahme von administrativen Elementen oder auch das Angebot von Zusatzleistungen wie Versicherungen.
 Horst Fittler Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Deutscher Leasing-Unternehmen	Leasing mit Service-Komponenten zu verbinden, ist im Trend. Gerade für mittelständische Unternehmen ist es günstiger, auch den Unterhalt eines Investitionsgutes in die Hand eines externen Service-Unternehmens zu geben. Ein weiterer Trend sind Leasing-Investitionen in Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien. Hier unterstützt die Leasing-Wirtschaft die aktuelle Energiewende.	Besonders innovative Lösungen finden sich im Flotten-Leasing. Online-Tools machen zum Beispiel tagesaktuelle Reportings mit Kosten-, Ausreißeranalyse, CO ₂ -Ausstoß et cetera. Diese bieten ihren Kunden Fahrzeugkonfigurationen an, die nachhaltige Fahrzeugkonzepte fördern, in Bonus-Malus-Systemen Spritschlucker abschrecken sowie Anreize für CO ₂ -ärmere Modelle geben.	Leasing-Kunden wollen von einer Gesellschaft längst mehr als die reine Produktfinanzierung. Sie suchen alles aus einer Hand – von der Beratung bei der Beschaffung über Wartung und Reparatur, bis zur Entsorgung des Objekts. In den Leasing-Gesellschaften arbeiten nicht nur Finanzierungsexperten, sondern unter anderem auch Physiker und Ingenieure, die Objekt- und Markt-kompetenz mitbringen.
 Chris. N. Domagala Geschäftsführer von leasingo.de	Trotz innovativer Leasingmodelle wird der Markt weiterhin als undurchsichtig und angestaubt wahrgenommen. Dabei wird die Transparenz im Vergleich von Anbietern und Konditionen längst auch im gewerblichen Finanzsektor erwartet. Daher wird sich der Trend zur Online-Geschäftsabwicklung auf Leasingnehmer und -geberseite weiter fortsetzen.	Leasing-Geber, als Finanzierungspartner an Investitionsnachfrage geknüpft, leben von technischen Innovationszyklen. Daher zeichnen sich innovative Service-Modelle vor allem durch die frühe Adaption von Bedürfnissen der Nutzer neuer Technologien aus. Hier sind insbesondere entsprechende Modelle für Elektromobilität oder erneuerbare Energien zu nennen.	Transparenz und Verlässlichkeit sind die Eigenschaften, die von Kunden im digitalen Zeitalter erwartet werden. Dazu zählen etwa realistische Restwertkalkulationen – ohne Überraschungen am Ende der Laufzeit. Die Vergleichbarkeit der Kalkulationen tritt somit in den Vordergrund. Weiterhin werden zunehmend Service-Leistungen rund um das eigentliche Leasing erwartet.
 Christian Hofinger Country Manager Leasing DACH bei der Econocom Deutschland GmbH	In den Unternehmen sind verstärkt Smart Devices im Einsatz, von Smart Phones und Tablet-PCs bis hin zu Geräten mit eingebauten RFID-Chips, Bed-side-Terminals in Krankenhäusern und „Augmented Reality“ in den Geschäften. Diese Assets gilt es in den Leasingverträgen neben den traditionellen IT-Assets darzustellen. Zudem wird „Leasing as a Service“ zu einem beliebten Schlagwort.	Ein Unternehmen kann sich das Leben mit effizienten, stets verfügbaren und benutzerfreundlichen Tools leichter machen. Ob für Asset Management, E-Procurement, Logistik oder Lagerbestandsverwaltung: Sowohl der Finanz-, der Einkaufs- als auch der IT-Leiter können viel Zeit, Aufwand und Kosten mit dem richtigen Leasing-Anbieter sparen.	Leasing soll kein Standardprodukt sein: Der Kunde fordert individuelle Verträge mit optionalen Dienstleistungen, die für seine aktuellen Bedürfnisse zugeschnitten wurden und jederzeit angepasst werden können. Es darf kein Mehraufwand durch Leasing entstehen, im Gegenteil soll durch eine flexible Abwicklung und automatisierte Prozesse die Effizienz gesteigert werden.



RANGE ROVER EVOQUE MEETINGTREFFPUNKT: UNTERWEGS.



ABOVE AND BEYOND



Der Range Rover Evoque: schon ab 28.067,23 €*

Wundern Sie sich nicht, wenn Ihre Mitarbeiter in Zukunft noch lieber für Ihr Unternehmen unterwegs sind. Schließlich ist der Range Rover Evoque die schönste Form der Motivation: Modernes Design und luxuriöser Komfort lassen die Fahrt zum nächsten Termin nicht nur zum Vergnügen werden, sondern sorgen auch für einen erstklassigen Businessauftritt. Vor Kunden genau wie vor Geschäftspartnern. Dass der Range Rover Evoque der kompakteste, leichteste und effizienteste Range Rover aller Zeiten ist, macht die Entscheidung für ihn als Dienstwagen umso einfacher – wie auch die Tatsache, dass für den Range Rover Evoque ein umfassendes, attraktives Full Service Leasing angeboten wird.

Erleben Sie den Range Rover Evoque jetzt im Rahmen einer Probefahrt – und entdecken Sie die perfekte automobiler Anerkennung für Ihre Mitarbeiter. Mehr dazu erfahren Sie unter www.landrover-firmenkunden.de.



LAND ROVER FIRMENKUNDEN CENTER

Tel.: 0800 1199160 (gebührenfrei)

E-Mail: kontakt@jlr-firmenkunden.de

Verbrauchs- und Emissionswerte Range Rover Evoque (kombiniert): Kraftstoffverbrauch 8,7–4,9 l/100 km; CO₂-Emissionen 199–129 g/km; CO₂-Effizienzklassen E, C–A. Alle Angaben wurden nach dem Messverfahren RL 80/1268/EWG ermittelt.

* UVP ab Lager Jaguar Land Rover Deutschland GmbH zzgl. Mehrwertsteuer und Überführungskosten inkl. 3 Jahre oder 100.000 km Garantie für den Range Rover Evoque eD4 Pure. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

Factoring und Steuern

■ **Jede Finanzierungsform hat steuerliche Folgen. Je nach individueller Situation kann Factoring im Vergleich zur klassischen Darlehensaufnahme dem Factoring-Kunden sogar steuerliche Vorteile verschaffen.**



Dr. Karsten Schuck Steuerberater und Partner im Geschäftsbereich Tax bei KPMG in Frankfurt am Main

Regelmäßig knüpft die Besteuerung an die Bilanzierung an, auch Factoring-Geschäfte bilden da keine Ausnahme. So führt das „unechte“ Factoring (das heißt, ein Forderungsverkauf ohne Übergang des Ausfallrisikos) zur bilanziellen Annahme einer Kreditgewährung des Factors an den Factoring-Kunden. Als steuerliche Folge ergeben sich für den Factoringkunden Zinsaufwendungen. Diese reduzieren zwar grundsätzlich den steuerlichen Gewinn, allerdings bestehen hier Hindernisse in Gestalt der sogenannten Zins-schranke: Der steuerliche Abzug von Zinsaufwendungen wird limitiert durch die Höhe der Zinserträge und darüber hinaus anteilig durch den Gewinn vor Steuern und Abschreibungen, sofern nicht eine Freigrenze oder eine der (komplizierten) Ausnahmeregelungen greifen. Im Ergebnis



„ECHTES“ FACTORING kann gegenüber der Darlehensfinanzierung einige Vorteile bieten. FOTO: SHUTTERSTOCK

bedeutet dies, dass sich der Kunde durch „unechtes“ Factoring steuerlich nicht besser stellt als bei einer klassischen Darlehensaufnahme.

Vorteilhaftes Factoring

Anders stellt sich die Situation für den Kunden im Falle des „echten“ Factoring dar

(das heißt ein Forderungsverkauf mit Übergang des Ausfallrisikos). Dort kommt es zum Abgang der verkauften Forderungen aus der Kundenbilanz. Dem folgend sind die für den Kunden entstehenden Aufwendungen steuerlich kein Zinsaufwand, dem vollständigen einkommen-

FAKTEN

Was ist Factoring?

■ Wachstum braucht Liquidität. „Investieren, Lager füllen, Personal aufstocken – durch eine umsatzkongruente Finanzierung wie das Factoring lassen sich dynamische Unternehmensentwicklungen schnell und nachhaltig unterstützen“, so Volker Ernst, Vorstand des Bundesverbands Factoring für den Mittelstand (BFM). Der Factor zahlt innerhalb von 24 Stunden einen Großteil der Rechnungsbeträge aus. So werden Forderungen mit unterschied-

lichsten Laufzeiten in frei verfügbare Liquidität umgewandelt, die sich wiederum zur sofortigen Reduzierung von Lieferantenverbindlichkeiten einsetzen lässt. Bei unverändertem Eigenkapital und entsprechend verminderter Bilanzsumme ermöglicht Factoring eine deutliche Erhöhung der Eigenkapitalquote.

! [Weitere Informationen unter:](#)

www.bundesverband-factoring.de

steuerlichen Abzug steht insoweit nichts im Wege. Aus Kundensicht kann echtes Factoring daher einen Vorteil gegenüber der Darlehensfinanzierung bieten.

Gewerbesteuer

Neben Einkommen- oder Körperschaftsteuer spielt für den Factoring-Kunden regelmäßig die Gewerbesteuer eine Rolle. Auch diese Steuerart kennt Vorschriften, die einen vollständigen Aufwandsabzug verhindern, wobei seit einigen Jahren die verschiedenen Finanzierungsalternativen tendenziell gleichbehandelt werden. Das früher oft gehörte Argument, (echtes) Factoring führe für den Kunden zu einem gewerbesteuerlichen Vorteil gegenüber der Darlehensfinanzierung, gilt heute so nicht mehr.

Besteuerung des Factors

Schließlich muss sich auch der Factor selbst mit Blick auf seinen eigenen Refinanzierungsaufwand möglichen steuerlichen Einschränkungen durch die erwähnte Zins-schranke stellen, was leider im Factoring-Geschäft keine Ausnahme ist. Hier gibt es Gestaltungsmöglichkeiten, die allerdings wiederum Auswirkung auf die steuerliche Situation des Kunden haben können.

DR. KARSTEN SCHUCK

redaktion.de@mediaplanet.com

F&A



Dr. Alexander Moseschus Geschäftsführer, Deutscher Factoring-Verband e.V., Berlin

■ Warum treten deutsche Unternehmen immer mehr Forderungen ab?

! Deutsche Unternehmen, zunehmend auch aus dem Mittelstand, wünschen sich schnelle Liquidität aus ihren Lieferungen und Leistungen. Ebenso soll das Risiko reduziert werden, dass die Forderungen gegen ihre Kunden ausfallen. Gerade Neukunden, die Factoring in der Finanzkrise kennen und schätzen gelernt haben, sind der Finanzdienstleistung treu geblieben.

■ Wie sehen Sie die Nutzung von Factoring in deutschen Unternehmen in der nahen Zukunft?

! Die Mitglieder des Deutschen Factoringverbandes e.V. sind zuversichtlich, dass der Aufwärtstrend im Factoring auch weiterhin anhält: Über 65 Prozent der Mitglieder glauben an eine „gute“ und weitere über 30 Prozent mindestens an eine „befriedigende“ Geschäftsklimaentwicklung.

Schon aufgrund von Basel III werden die klassischen Kreditvergabekapazitäten für potenzielle Factoring-Kunden auch künftig eher begrenzt sein. Der Trend nach zunehmend gewollter Unabhängigkeit der Unternehmen vom klassischen Bankkredit wird Factoring weiterhin als attraktive alternative Finanzierungsform wachsen lassen.

■ Welche Forderungsvolumina werden derzeit besonders nachgefragt?

! Die bereits in den vergangenen Jahren zu verspürnde Öffnung des Factoring-Marktes für mittelständische Factoring-Kunden hat sich fortgesetzt: Vom Volumen des Gesamtfactoringumsatzes werden im Segment bis zehn Millionen Euro bereits über 46 Prozent abgewickelt und knapp 88 Prozent aller Kunden werden im Segment von bis zu zehn Millionen Euro bedient. Factoring ist also für kleine und große Unternehmen geeignet.

Sich aus der Krise factorn

■ **Die Finanzkrise hat bei vielen Unternehmen ihre Spuren hinterlassen. Außenstände verursachen mangelnde Liquidität.**

Laufende Kosten können einerseits nicht gedeckt werden, was andererseits wiederum einen negativen Einfluss auf die Bewertung eines Unternehmens hat. Dadurch haben insbesondere im Mittelstand viele Firmen Probleme, an Kredite zu gelangen. Oftmals haben nur noch solche Unternehmen eine

Chance auf Kredite, denen es finanziell ohnehin schon gut geht. Als eine ernsthafte Alternative – gerade in prekären wirtschaftlichen Situationen – tritt das Factoring immer öfter in den Fokus. Denn so besteht die Möglichkeit, bestehende Forderungen kurzfristig in Geld umzuwandeln und selbst wieder mehr Handlungsspielraum erlangen zu können.

Unterschiedliche Factoring-Typen

Beim Factoring handelt es sich um ein Instrument der

Absatzfinanzierung. Dabei werden Forderungen, die beispielsweise aus Leistungen oder der Lieferung von Waren an Dritte entstanden sind, an einen sogenannten Factor verkauft. Über das Kernmerkmal der Übertragung von Forderungen an einen Factor hinaus gibt es verschiedene Factoring-Modelle, die sich hinsichtlich ihres Leistungsumfanges unterscheiden. Während das Standard-Factoring eine Refinanzierung des gesamten Umsatzes sowie die Abwicklung des kompletten

Forderungsmanagements und eine Risikoabsicherung umfasst, verbleibt beim In-house-Factoring der Buchhaltungsaufwand beim verkaufenden Unternehmen. Der Factor fokussiert sich hier lediglich auf die Finanzierung und die Absicherung des Ausfallrisikos. Beim Fälligkeits-Factoring hingegen werden die an den Factor verkauften Forderungen nicht sofort, sondern zu fest vereinbarten Zahlungssterminen reguliert.

SEBASTIAN SCHMID

redaktion.de@mediaplanet.com

INSPIRATION

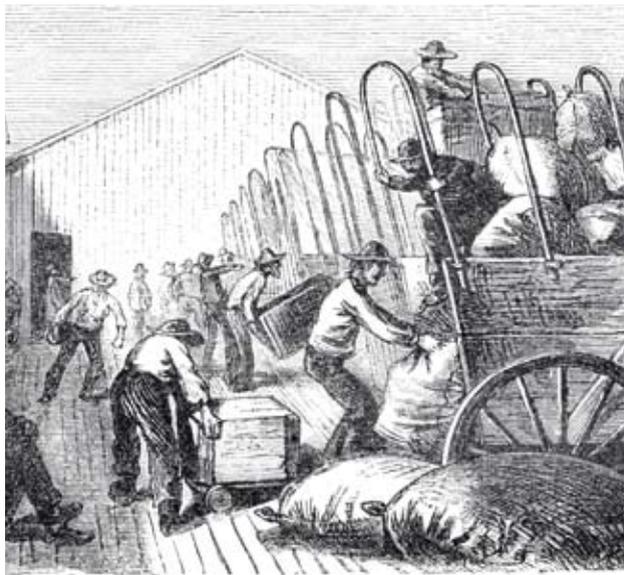


Wer sollte „factorn“?

✦ Factoring eignet sich für viele, allerdings nicht für alle Branchen: Besonders Unternehmen, die fungible Verbrauchsgüter, in der Regel aus Serien- und Massenproduktion, herstellen und vertreiben, bieten sich für diese Form des Forderungsverkaufs an.

Die Ursprünge des Factoring

■ **Das Factoring als moderne Finanzdienstleistung erfreut sich einer immer größeren Relevanz. Doch so sehr dieser Anglizismus auch dazu verleitet – wer vermutet, dass das Factoring lediglich ein modernes Produkt aktueller Entwicklungen des Finanzmarktes ist, sieht sich getäuscht. Denn die Ursprünge des Factoring reichen sogar bis ins Mittelalter zurück.**



FRÜHER HANDEL: Der Begriff des Factoring findet seinen Ursprung bereits im 18. Jahrhundert. FOTO: SHUTTERSTOCK

Zum ersten Mal taucht der aus dem angelsächsischen Raum stammende Begriff Factor, der unter anderem mit Mittelsmann oder Verkaufskommissionär übersetzt werden kann, im mittelalterlichen Überseehandel auf. Die europäischen Handelshäuser setzten zur Abwicklung ihrer Umsätze im Ausland spezielle Agenten ein. Diese fungierten dann quasi vor Ort als Außendienstmitarbeiter und wurden erstmals als Factor bezeichnet. Als Form der Finanzierung von Unternehmen tritt das Factoring im 18. Jahrhundert in Erscheinung. Einer der Treiber hierfür war die hohe Zahl der Auswanderer, die von England aus nach Nordamerika übersiedelten.

Die Siedler betraten im wahrsten Sinne des Wortes Neuland. Produzierende Industrie war dementsprechend nicht vorhanden und der Bedarf an Produkten aus Europa enorm.

Agents versorgen Siedler im 19. Jahrhundert

Zur Bearbeitung ihrer Geschäfte in den US-Siedlungen setzten die europäischen Exporteure sogenannte Agents ein. Zu deren Hauptaufgaben gehörte die Lagerwirtschaft, der Verkauf, die Buchhaltung, aber auch die Haftung

für Zahlungsunfähigkeit sowie Aktivitäten im Inkassobereich. Entscheidender Unterschied zu heutigen Factoring-Unternehmen war jedoch, dass die Agents die Geschäfte unter eigenem Namen abwickelten. Sie nahmen also eine Position als eine Art Zwischenhändler ein. Als Ende des 19. Jahrhunderts die USA – mit dem Ziel, die eigene Wirtschaft anzukurbeln – begannen, auf ausländische Waren wie Textilien hohe Schutzzölle zu erheben, stellte ein Großteil der Agents seine Arbeit ein. Erst

diese Beschränkung im Waren-Factoring beschleunigte die Herausbildung sogenannter „Factoring Houses“. Diese hatten dann nichts mehr mit den Waren zu tun, sondern kauften nur die daraus entstandenen Forderungen an und übernahmen immer öfter auch die Ausfallrisiken. Der größte Kunde war zu dieser Zeit die Textilindustrie.

In Deutschland erst seit 1958

Während sich die Factoring-Branche in den USA von dort an fortwährend weiterentwickelte, trat die Finanzdienstleistung in Deutschland erst in den 50er-Jahren des 20. Jahrhunderts in Erscheinung. 1958 unternahm die Mittelrheinische Kreditbank Dr. Horbach & Co. KG das erste Factoring-Geschäft. Doch das Geschäftsmodell kam eher langsam in Schwung. So entwickelte sich bis 1962 zunächst lediglich ein Umsatzvolumen von 120 Millionen Euro. Eine wirklich relevante Nutzung des Factoring setzte dann erst ab Mitte der 90er-Jahre ein und führte letztlich zu einem Gesamtumsatz von mehr als 157 Milliarden Euro im letzten Jahr.

SEBASTIAN SCHMID
redaktion.de@mediaplanet.com

BERATUNG
Factoring-Makler – warum?



Dirk Bedenbecker
Factoring-makler

Wer Factoring zur Finanzierung nutzen will, muss vorab wichtige Fragen klären. Es geht schließlich um seinen weiteren Geschäftserfolg und nicht nur um irgendeinen Kredit. Wie agiert der Factor mit den Abnehmern? Wie verhält er sich bei Bonitätsverschlechterung? Kann der Factor selber Refinanzierungsprobleme bekommen, was zur sofortigen Insolvenz des Unternehmers führt? Funktionieren seine internen Abläufe? Was passiert, wenn ein Großkunde plötzlich aufgehoben wird und die Kreditlinie sofort reduziert wird? Es geht nicht nur um „Was kostet es?“ und „Welches Limit gibt es?“. Für ein optimales Ergebnis bei der Factoring-Wahl nutzt man den Factoring-Makler. Sein Know-how, die Verhandlungsmacht und seine neutrale Position verbessern das Verhandlungsergebnis und sind die Garantie dafür, dass der Factoring-Prozess langfristig funktioniert.

! **Weitere Informationen unter:**
www.factoring-ratgeber.de

INSPIRATION

Factoring – vielseitig einsetzbar in der Unternehmensfinanzierung

■ Bei den meisten Unternehmen hat sich nachhaltig die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Diversifizierung von Finanzierungsquellen ein wesentlicher Bestandteil der Strategie zur Absicherung des Geschäftsrisikos darstellt.



Roberto Weckop
Generalbevollmächtigter und Direktor Marketing & International der Eurofactor AG

In Phasen des konjunkturellen Abschwungs dient Factoring als Baustein zur Sicherung der Unternehmensliquidität, im wirtschaftlichen Aufschwung spielt Factoring in der Finanzierung von Umsatzwachstum eine wichtige Rolle.

Betriebsmittelfinanzierung

Grundlegend kommt Factoring in seiner Grundform als Ergänzung der Betriebsmittelfinanzierung zum Einsatz. Durch den Verkauf von Forderungen gegenüber – in der Regel gewerblichen – Abnehmern an den Factor kann das Unternehmen seine Forderungen in Höhe des Bevorschussungssatzes, üblicherweise 80 bis 90 Prozent der Bruttoforderung, sofort in Liquidität umwandeln und diese zum weiteren Wareneinkauf oder zur Reduzierung von Lieferverbindlichkeiten, gegebenenfalls unter Nutzung von Skontoerträgen, verwenden. Damit verbunden gewährt der Factor einen hundertprozentigen Ausfallschutz auf die im Rahmen von Debitorenlimiten angekauften Forderungen.

Im Gegensatz zu Bankkrediten wächst die Finanzierung kongruent mit steigendem Umsatz mit, ohne dass jeweils neue Verhandlungen über Kreditlinien und Sicherheiten erforderlich werden. Dies sichert die Liquiditätsspielräume insbesondere für Unternehmen im Wachstumsprozess beziehungsweise in Branchen, bei denen Warenbestände und Forderungsvolumina auf-

grund der aktuell permanent steigenden Rohstoffpreise zunehmend an „Wert“ gewinnen und eine immer höhere Kapitalbindung erfordern. Überdies wird durch die sofortige Liquidierbarkeit von Außenständen die Prognosegenauigkeit des Cash-Flow erhöht – mit der Folge von Effizienzgewinnen im Liquiditätsplanungsprozess.

Exportfinanzierung

Der Trend zu langen Zahlungszielen im Exportgeschäft ist ungebrochen, gerade auch wenn es darum geht, neue Lieferbeziehungen zu gewinnen. Einschätzung von Bonität und Zahlungsmoral des ausländischen Abnehmers sowie wirtschaftliche Risiken des Importlandes stellen aber gerade den Exporteur vor besondere Schwierigkeiten. International erfahrene Factoring-Gesellschaften verfügen, neben Expertise in der Handhabung von Auslandsgeschäften, über umfassende internationale Factoring-Netzwerke, die es ihnen ermöglichen, Abnehmerrisiken auch bei langen Zahlungszielen einzuschätzen und abzusichern. Im Vergleich zu Akkreditiven bietet Export-Factoring in der Regel deutliche Kostenvorteile. Darüber hinaus wird die Abwicklung für die Beteiligten als Liefergeschäft auf Ziel, im Gegensatz zu Akkreditiven ohne Kreditverträge und Dokumente, wesentlich vereinfacht. Abnehmer können sogar ihre Verbindlichkeiten auf ein lokales Bankkonto im eigenen Land bezahlen. Zudem werden Akkreditive auf bestehende Banklinien des Abnehmers angerechnet.

Lieferantenfinanzierung

Gerade auch für Branchen, die aufgrund ihrer häufig komplexen Vertrags- und Zahlungsstruktur bei Absatzgeschäften nur erschwerten Zugang zum klassischen Factoring haben, wie zum Beispiel dem Maschinenbau, bietet sich mit Reverse-Factoring eine interessante Alternative, Factoring ebenfalls zur Working-Capital-Optimierung einzusetzen. Initi-

ator beim Reverse-Factoring ist aber nicht der Lieferant von Waren oder Dienstleistungen, sondern der Abnehmer. Dieser schließt mit der Factoring-Gesellschaft einen Rahmenvertrag, in dem der Factor sich verpflichtet, laufend Forderungen bestimmter Lieferanten des Abnehmers anzukaufen und in der Regel zu hundert Prozent zu bevorschussen. Der Abnehmer kann seinen eigenen finanziellen Spielraum durch die Verlängerung von Zahlungszielen, die weiterhin mit dem Lieferanten innerhalb vom Factor akzeptierter Grenzen abgestimmt werden, ausweiten. Die durch das Factoring erreichte sofortige Rechnungsregulierung an den Lieferanten kann der Abnehmer ferner dazu nutzen, sein Einkaufsvolumen auszuweiten. Daneben kommt die Vereinbarung verbesserter Einkaufskonditionen in Betracht.

Akquisitionsfinanzierung

Mit Hilfe von Factoring können im Rahmen von Akquisitionen Finanzierungs-vorteile auf Käufer- und Verkäuferseite realisiert werden. Im Vorfeld von Unternehmensverkäufen lässt sich der Substanzwert von Unternehmen dadurch steigern, dass durch Factoring zins-tragende Verbindlichkeiten redu-

ziert werden und so ein besserer Preis für das Unternehmen erzielt werden kann. Als zusätzlicher Finanzhebel kann die durch Factoring freigesetzte Liquidität natürlich auch auf der Käuferseite dazu beitragen, den Einsatz des eingesetzten Eigenkapitals zu senken, ohne zusätzliche Fremdmittel aufnehmen zu müssen. So ist Factoring zunehmend Bestandteil strukturierter Finanzierungs-konzepte bei Firmenkäufen. Dieselbe Entwicklung ist für Anschubfinanzierungen bei Unternehmensübernahmen aus der Insolvenz erkennbar, bei denen klassische Bankkredite häufig nur schwer akquirierbar sind.

Fazit

Factoring bietet inzwischen Möglichkeiten, die Unternehmen eine zielgerichtete Nutzung innerhalb des Finanzierungsmix erlauben und die für verschiedene Zielstellungen geeignet sind. Zusätzlich zum klassischen Einsatz treten zunehmend Spezialformen in den Vordergrund, zum Beispiel die Lieferantenfinanzierung oder auch der Einsatz bei Akquisitionsfinanzierungen.



ROBERTO WECKOP

redaktion.de@mediaplanet.com

FAKTEN

Einige Vorteile durch Factoring im Überblick:

Die Liquidität verbessert sich

■ Das Finanzierungsvolumen wächst parallel mit dem Umsatz, im Gegensatz zum Bankkredit passt sich die Finanzierung damit immer automatisch der aktuellen Geschäftssituation an. Zusätzliche Kredit-spielräume können geschaffen werden.

Das Umsatzwachstum wird abgesichert

■ Im Rahmen eingeräumter Limite besteht ein hundertpro-

zentiger Versicherungsschutz gegen Zahlungsausfälle von Debitoren.

Die Bilanz wird optimiert

■ Infolge des regresslosen Forderungsverkaufs (echtes Factoring) kann die Bilanz verkürzt und damit die Eigenkapitalquote erhöht werden. Dies verbessert wiederum das Unternehmensrating im Hinblick auf Basel III.

! [Weitere Informationen unter:](#)

www.eurofactor.de

FACTORING-TYPEN

Factoring mal anders

Miet-Factoring

Eine spezielle Form des Einzel-Factorings ist Miet-Factoring bei Mietausfällen. Der Vermieter erhält dadurch die Möglichkeit, rückständige oder ausbleibende Mietforderungen unter definierten Bedingungen an die Factoring-Gesellschaft abzutreten. Als Gegenleistung erhält der Vermieter den Kaufpreis der Forderungen. Dieser Kaufpreis entspricht dem Betrag der tatsächlich bestehenden, offenen Mietforderung. Das Risiko, dass die Forderung mangels Masse nicht mehr realisiert werden kann, geht komplett auf das Factoring-Unternehmen über.

Fälligkeits-Factoring

Der Factoring-Nehmer nutzt beim Fälligkeits-Factoring die Vorteile der kompletten Risikoabsicherung. Ideal ist das Fälligkeits-Factoring für mittelständige Unternehmen, die kurzfristige Forderungen an Kunden mit einer Laufzeit von bis zu 90 Tagen haben. Das Fälligkeits-Factoring entspricht im Grunde einer Kreditversicherung mit 100 Prozent Entschädigungsleistung, jedoch entfällt die Versicherungssteuer.

VOB-Factoring

Ist eine Speziallösung für Handwerksbetriebe sowie Unternehmen aus dem Bereich des Baunebengewerbes, die Bauausführungen auf Grundlage der Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB) stellen. Rechnungen nach VOB sowie Teil- und Abschlagszahlungen können hierdurch ein Factoring gebracht werden. Um eventuell auftretende Rückvergütungen, die durch die Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen gewährleistet sind, aufzufangen, wird in den meisten Fällen von den ersten Auszahlungen ein Sonderdepot angespart. Dieses Sonderdepot hat in aller Regel eine Höhe von fünf bis 15 Prozent des Gesamtbruttoumsatzes vom Unternehmen.

FRANZISKA MANSKE

redaktion.de@mediaplanet.com

Stellen Sie sich vor, Sie hätten

A stylized, handwritten signature of 'Leonardo da Vinci' in black ink, set against a light, textured background that resembles a piece of paper or parchment. The signature is written in a cursive, flowing style.

fördern können.

Die Welt wäre um einige Erfindungen reicher. Damit unserem Land kein zukünftiger Leonardo entgeht, machen sich im Stifterverband 3.000 Unternehmen und Privatpersonen für Wissenschaft, Forschung und Bildung stark. Der Stifterverband engagiert

sich für die Erneuerung des Wissenschafts-systems und stärkt den Austausch zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Fördern Sie mit Ihrer Spende die weltbewegenden Ideen der Leonardo da Vincis von morgen. Mehr unter www.stifterverband.de

Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft

XF XJ XK

**LIFE.
BALANCED.**



BRINGEN SIE LEBEN IN IHRE FLOTTE.

Nie waren Vielseitigkeit und Effizienz verführerischer und selbstbewusster:
Der neue Jaguar XF Sportbrake verbindet verführerische Leistung mit großzügigen 1.675 Liter Ladevolumen und überraschender Wirtschaftlichkeit:
135 g/km CO₂-Emission bei nur 5,1 l/100 km Verbrauch. Die Zahlen stimmen.

Und es ist ein Jaguar.

Vereinbaren Sie jetzt eine Probefahrt und informieren Sie sich über unsere attraktiven Full Service Leasing Angebote.

**BARPREIS AB
40.798,32 €**
netto, inkl. 3 Jahre Garantie
ohne Kilometerbegrenzung

HOW ALIVE ARE YOU?



Jaguar XF Sportbrake 2.2 L Diesel: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: 6,1 (innerorts); 4,5 (außerorts); 5,1 (komb.); CO₂-Emission in g/km 135 (komb.); CO₂-Effizienzklasse: A. Modellreihe XF, XJ, XK: Kraftstoffverbrauch in l/100 km: 12,3-5,1 (komb.); CO₂-Emission in g/km: 292-135 (komb.); CO₂-Effizienzklasse: G-A; RL 80/1268/EWG. Abbildung zeigt Sonderausstattung.



NÄHERE DETAILS:

Jaguar Firmenkunden Center 0800 - 119 9160 (gebührenfrei)
www.jaguar-firmenkunden.de