

Mehr Durchblick im Leasinggeschäft

Nach Auffassung von Athlon Car Lease Germany sind Angebote und Verträge der Leasinggesellschaften selbst für Experten kaum noch durchschaubar – die Glaubwürdigkeit leidet. Deshalb hat die Gesellschaft aus Meerbusch für sich ein neues Selbstverständnis definiert und verpflichtet sich freiwillig zur Transparenz.

Kunden wollen wissen, was sie unterschreiben, wenn sie ihren Namen unter einen Leasingvertrag setzen. Sie erwarten Klarheit und Deutlichkeit. Meist erwartet sie aber etwas anderes: eine böse Überraschung am Ende der Laufzeit zum Beispiel, weil sie das Kleingedruckte nicht verstanden haben.

Im Leasing haben sich keine einzelnen, klar erkennbaren Produktmarken herausgebildet. Bisher existieren fast ausschließlich Dachmarken, unter deren Namen Leasingdienstleistungen vertrieben werden. Mit dem Finanzprodukt Leasing aber verbindet der Kunde nichts Konkretes. In der Werbung wird es meist auf eine einfache Botschaft reduziert: auf den Preis. Das gilt nicht nur für Billiganbieter, auch Premiumhersteller werben mit vermeintlich günstigen Raten.

Vergleichstests wie die vom Wirtschaftsmagazin „impulse“ zeigen zwar erhebliche Preisdifferenzen auf. Damit wird der Markt aber nur in Teilen transparenter. Das Problem: Die Wechselbereitschaft der Kunden zum jeweils günstigsten Anbieter, den die Vergleichstests bestätigen, mag bei standardisierten Finanzprodukten ihre Berechtigung haben – beim Leasing aber meistens nicht. Denn die Finanzierungsrate sagt wenig darüber aus, was bei der komplexen Dienstleistung Leasing sonst noch zählt: Menschen, Prozesse, IT und vor allem unternehmerisches Geschäftsgebahren.

„No Name“-Anbieter im Billigsegment

Der Markt wird sich nach Einschätzung von Athlon in „billig“ und „teuer“ segmentieren – die Mitte bricht weg. Das bedeutet: Leasinggeber, die sich nicht eindeutig positionieren, werden zu

„No Names“ und zwangsläufig in das Segment der „Billiganbieter“ abdriften. Athlon-Geschäftsführer Ryjan Rutgers ist überzeugt: „Wenn Kunden Angebote nicht mehr miteinander vergleichen und klare Vorteile erkennen können, sehen sie nur noch auf den Preis.“

Das Identitätsmanagement ist nach Auffassung von Athlon Car Lease im Wettbewerb derzeit kaum ausdifferenziert. Daher positioniert der Leasinganbieter nicht nur die Dachmarke neu, sondern ändert auch die Dienstleistungsstruktur. Transparenz wird zum wichtigen Element einer ordnungsgemäßen Unternehmensführung. Damit ist Athlon nach eigenen Angaben das erste Leasingunternehmen, das freiwillig Kodizes einführt.

Die Neu-Positionierung der Leasinggesellschaft basiert auf fundierten Markterhebungen. Deren Ergebnisse lassen sich so zusammenfassen: Die Kunden verlangen nach Deutlichkeit. Sie wollen aber keine Leasingexperten sein, um Angebote und Produkte verstehen zu können. Für die Anbieter bedeutet das: weg vom ausschließlichen Preisvergleich als Differenzierungsmerkmal – hin zu einer erkennbaren Unternehmensidentität mit deutlichen Wertvorstellungen, die auch eingehalten werden.

Geschäft mit der Unwissenheit des Kunden

„Eine große Kundenzahl versteht das komplexe Finanz- und Serviceprodukt Leasing nicht“, sagt Rutgers. „Viele Leasingnehmer wissen nicht genau, welche Finanz- oder Serviceleistungen sie bei Vertragsunterzeichnung eigentlich einkaufen.“ Ursache dafür sind intranspa-

rente Abrechnungen und eine verwirrende Fachsprache. Das ist ein Ergebnis einer Erhebung der studentischen Unternehmensberatung Oscar im Auftrag von Athlon. Die vielfältigen Fachbegriffe führen dieser Studie zufolge zu mangelnder Transparenz sowie einer geringen Vergleichbarkeit der Leasinggesellschaften und deren Konditionen. Die Leasingrate wird daher als „intransparent“ bewertet.

Leasinganbieter unternehmen nach Meinung von Athlon bisher wenig, um die Kunden umfassend über die zu erwartenden Kosten zu informieren. Viele hätten sogar ein geschäftliches Eigeninteresse daran, ihren Wissensvorsprung zu halten, weil sie von der Ahnungslosigkeit der Kunden profitierten.

Die Werbebotschaften vieler Leasinganbieter suggerierten dem Leasingnehmer, er könne schon für wenig Geld einen schicken Sportwagen fahren. Eine hohe Anzahlung und die Modalitäten der Endabrechnung fänden – wenn überhaupt – nur im Kleingedruckten Erwähnung. Selbst seriöse Gesellschaften verklausulierten ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen, die zudem auf den meisten Webseiten auch nicht öffentlich gemacht würden. Auch hier will Athlon Car „mit gutem Beispiel vorangehen“.

Oft werde „reines Finanzleasing“ (gemeint: ohne Full-Ser-

vice) einfach mit „Restwertleasing“ gleichgesetzt, „operating Leasing“ (gemeint: Leasinggeber bilanziert) mit „Kilometerleasing“ übersetzt. Begriffe wie „Mietleasing“ (gemeint operating Leasing) führten den Fachjargon endgültig ad absurdum.

Wie undeutlich die Angebote und ihre Formulierungen sind, hat auch der aktuelle Leasingtest des Wirtschaftsmagazins impulse aufgezeigt. Dort heißt es: „Noch immer versuchen viele Gesellschaften, die Risiken auf die Kunden abzuwälzen. Obwohl ausdrücklich angefragt, haben nur 23 Leasingfirmen einen Kilometervertrag (sogenanntes Operate Leasing) angeboten, bei dem eine fixe Kilometerleistung vereinbart wird. Zehn Gesellschaften schickten Restwertverträge, in denen sie

das spätere Vermarktungsrisiko auf den Leasingnehmer übertragen.“ Nicht nur die Vertragsgestaltung sei kaum nachvollziehbar; impulse: „Neuester Trick ist die Berechnung von Mehr- und Minderkilometern in Restwertverträgen – korrekt ist das nur in Kilometerverträgen. Doch auch die Kilometerkontrakte sind nicht immer sauber.“

So biete ein Wettbewerber einen „Kilometervertrag mit Kaufoption“ an und verspreche, dass das Fahrzeug zu einem vorher vereinbarten Preis übernommen werden kann. „Fixierte Preisabsprachen mit den Kunden sind aber nicht nur steuer-schädlich, sondern auch verboten, und können Firmenchefs viel Ärger mit dem Finanzamt einbringen“, heißt es im Wirtschaftsmagazin weiter.

Völlig undurchsichtig seien nach wie vor die Einkaufskonditionen der Leasinggesellschaften, aus denen große Preisunterschiede resultierten. Verantwortlich für die größten Wettbewerbsverzerrungen im Markt seien die Rabatte. „Letztendlich drücken die Rabatte die Restwerte der Fahrzeuge“, sagt Rutgers. Die erzielten Restwerte bestimmen Ertrag und Verlust im Leasing – sie entscheiden darüber, ob das Geschäft für den Leasinganbieter am Ende lukrativ ist oder nicht.

Herstellerrabatte sind die entscheidende Stellschraube, mit der Leasinggesellschaften kurzfristig ihre Marge erhöhen können. Daher reichen längst nicht alle Leasinganbieter zumindest einen Teil ihrer Einkaufsvorteile an die Kunden weiter.

Strukturwandel bei Athlon

Mit klar strukturierten Angeboten will Athlon Car aus diesen Gründen in die Transparenz-Offensive durchstarten. Dazu gehören:

- ▶ ein übersichtliches Produktsortiment und klare Angaben zu den Inhalten der Dienstleistungen
- ▶ Instrumente, die Prozesse vereinfachen, Informationen übersichtlicher gestalten und Kostentreiber aufdecken

- ▶ gut lesbare, übersichtlich gestaltete und klar strukturierte Werbemittel

Die neue Ausrichtung betrifft die Angebotserstellung und den Vertragsabschluss ebenso wie alle Abläufe während der Vertragslaufzeit und bei -erneuerung.

Weniger Prozesskosten

Die externe Administration des Fuhrparks setzt Zeit und damit teure Personalkosten für strategische Zwecke frei. Wie viel Zeit aber wirklich freigesetzt wird – darüber kursieren im Markt nach Einschätzung von Athlon die irrsinnigsten Annahmen: Um Unternehmen eine enorme Zeitersparnis durch Outsourcen vorrechnen zu können, setze der Wettbewerb teilweise einen Zeitaufwand von mehreren Stunden für die Erfassung eines einzigen Beleges an. Begründet werde diese Annahme mit Telefonaten und Rückfragen, die ein Beleg verursachen kann. Athlon setzt in der Prozesskostenanalyse einen Wert ein, den ein ausgewiesener Experte für objektive Bewertungen, Prof. Dr. Hermann Raab, angegeben hat: Fünf Minuten – so lange dauert laut Raab durchschnittlich die Bearbeitung eines Beleges. Im Ergebnis zeige sich also, dass die Prozesskosteneinsparungen geringer sind, als es viele Wettbewerber vorrechnen. Verschwiegen werde oft auch, dass die Einsparungen sich nicht zwangsläufig in der GUV wiederfinden, sondern einen rechnerischen Wert darstellen. „Undeutliche Berechnungen passen nicht mit unseren ethischen und moralischen Unternehmenswerten zusammen“, so Rutgers. „Wir rechnen unseren Kunden den Fuhrpark nicht schön, sondern legen Wert auf die Weitergabe von verlässlichen und fundierten Informationen.“

Hilfe beim Sparen von Kraftstoff

Zukünftig will Athlon Fuhrparkbetreiber auch deutlich auf deren Defizite ansprechen, was ebenso zum neuen Selbstverständnis gehöre. Unternehmen

können den CO₂-Ausstoß ihrer Flotten einfach per Knopfdruck begrenzen. Athlon Car Lease hat ein Online-Tool entwickelt, das Fahrern nur noch klimafreundliche Fahrzeuge anbietet und CO₂-Sünder automatisch aus dem Programm wirft.

Laut Athlon zeigt die Statistik des Kraftfahrtbundesamtes, dass zwar unter den Neuzulassungen die Schadstoffklassen unter 120 Gramm CO₂ zunehmen, gleichzeitig aber auch diejenigen mit einem Ausstoß von 281 bis 320 Gramm. Sie sind um elf Prozent gestiegen.

Auch der Spritverbrauch ihrer Mitarbeiter sei für viele Unternehmenslenker kein Thema. Für Dienstwagennutzer ist das Tanken meistens umsonst. „Wer auf Kosten der Firma tankt, ist schnell mit dem Bleifuß unterwegs“, sagt Rutgers. Dabei lassen sich solche Fahrer durch Begrenzung des Kraftstoffverbrauchs ausbremsen. Den Vorstoß seiner Gesellschaft für ökologische Flotten erklärt der Athlon-Car-Lease-Germany-Geschäftsführer so: „Als unabhängiger Leasinganbieter stehen wir nicht auf der Payroll von Herstellern. Daher können wir die Flottenbetreiber bei der Auswahl verbrauchsarmer Fahrzeuge ohne Interessenskonflikt unterstützen.“

Trotz hoher Spritpreise interessiert der Verbrauch die Unternehmen bisher wenig. „Die neuen EU-Bestimmungen werden Flottenbetreiber jedoch dazu zwingen, ihre bisherige Dienstwagenordnung noch einmal zu überdenken“, sagt Rutgers. Zumal auch die Banken näher bei den Folgekosten hinschauen werden. „Unternehmen müssen sich fragen lassen, welche vermeidbaren Kosten sie produzieren. Bis zu zehn Prozent der Spritkosten lassen sich durch verbrauchsarme Fahrzeuge reduzieren.“ Durch ein verändertes Fahrverhalten lassen sich Kraftstoff und somit Kosten dafür einsparen.

Ist der Fuhrpark nicht sparsam, haben Unternehmen ein Problem: Das interne Rating bei

der Hausbank wird schlechter und mit sinkender Bonität auch die Kapitaldienstfähigkeit.

Leasing ist daher für sich genommen kein Liquiditätsgarant mehr – weil die Folgekosten steigen. Allein die Spritkosten machen laut einer Berechnung der studentischen Unternehmensberatung Oscar rund 21 Prozent der gesamten Fahrzeugkosten aus (zum Vergleich: Leasingrate 36 Prozent).

Fairness bei der Bewertung

Am Ende der Laufzeit setzt Athlon weiterhin auf den Rücknahmeprozess nach den Kriterien der „Fairen Fahrzeugbewertung“ des Verbands markenunabhängiger Fuhrparkmanagementgesellschaften (VMF). Dieser ist durch den TÜV Nord zertifiziert. Die Standards verschaffen dem Leasingnehmer die Sicherheit, dass bei Rückgabe des Fahrzeuges nicht jeder Kratzer in Rechnung gestellt wird. MP 