

Dataforce Analys: Wo die Leasingfirmen punkten

Jede zweite Leasingflotte in Deutschland hat mindestens einen Pkw von VW Financial Services geleast. Größere Fuhrparks setzen allerdings lieber auf markenunabhängige Dienstleister wie Alphabet, ALD und Deutsche Leasing. So lauten einige Ergebnisse der Dataforce Leasinganalyse 2016, die auf Basis des umfangreichsten Fuhrparkpanels mit Kontakt zu 100 000 Flotten in Deutschland und einer zusätzlichen Ad-hoc Befragung von 1000 Fuhrparkleitern entstand.

Der Leasingmarkt profitiert stark von den Rekordzulassungen im Relevanten Flottenmarkt mit 786 723 Pkw-Zulassungen 2015. Die Quoten der Unternehmen, die Fahrzeuge leasen ist mit 54,8 Prozent zwar minimal um -0,3 Prozent gesunken. Aber die Zahl der Flotten, die sich entschieden haben, Fahrzeuge per Leasing zu beziehen, ist um im Vergleich zum Vorjahr um 1,8 Prozent (Pkw) und 2,9 Prozent (Transporter) gewachsen.

Bei der Nutzung von Leasingunternehmen liegt die VW Financial Services AG mit einer Durchdringung von 51,9 Prozent klar vorn. Erst mit Abstand folgen die Mercedes Benz- und BMW-Bank. Auf Platz vier mit einer Durchdringung von 5,1 Prozent konnte sich ALD als erster herstellerunabhängiger Anbieter bei den Flotten mit Leasing platzieren und seinen Anteil weiter ausbauen. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Alphabet und Santander Consumer Leasing.

Herstellerunabhängige Leasinggesellschaften gewinnen besonders bei den großen Flotten Marktanteile und zeigen zunehmend Kompetenz im Bereich Fuhrpark- und Mobilitätsmanagement. Auch bei Öffnung von Markenvorgaben in den Car Policies der Unternehmen möchten die Fuhrparkverantwortlichen nicht auf die komfortable Abwicklung durch einen Leasinganbieter verzichten. Dies zeigt die starke Präsenz von Alphabet (37 Prozent), ALD (14,5 Prozent) und Deutsche Leasing (13,6 Prozent) in den Flotten.

Aufgrund des Trends zur Vereinheitlichung der Anschaffungsform liegt vor allem in Neuerobung kleiner Flotten deutliches Potential für die Leasingunternehmen. Der

Markt ist hier noch deutlich weniger durchdrungen als im Bereich der Großflotten, was mit der richtigen Strategie für deutlich höhere Marktanteile einzelner Anbieter sorgen kann. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel

DATAFORCE ■ ■ ■
