



MERCATOR-LEASING LEGT TROTZ CORONA-KRISE ZWEISTELLIG ZU

„WIR SIND FÜR DIE ZUKUNFT GUT GEWAPPNET“

Die MLF Mercator-Leasing GmbH & Co. Finanz-KG ist weitgehend unbeschadet durch die Corona-Krise gekommen. Im Gegenteil weist der jüngste Geschäftsabschluss des Leasing-Spezialisten (Stichtag 30. Juni) sogar satte Zuwächse aus, und anstelle von Kurzarbeit hat man zuletzt sogar Personal aufgebaut. Basis für diesen Erfolg ist, dass man in Schweinfurt von jeher solide gewirtschaftet und in guten Zeiten Rücklagen aufgebaut hat, anstatt in Zeiten wie diesen auf Mitnahme-Effekte zu schießen. Neben der Unterstützung der Fachhandelspartner, die zum Teil viel stärker von der Krise betroffen waren, steht ein durchgängig digitaler Vertrags-Workflow ganz oben auf der Prioritätenliste.

⇒ Rolf Hahn:
Je diversifizierter ein Fachhändler aufgestellt ist, desto weniger ist er von der Corona-Krise betroffen.“

MERCATOR-LEASING Rolf Hahn hat – wie alle Firmenchefs, die ihre Aufgabe ernst nehmen – harte Wochen hinter sich: Schon bevor die Corona-Pandemie hierzulande ihren Höhepunkt erreichte, hat der Vorsitzende der Geschäftsführung von Mercator-Leasing gemeinsam mit einem Notfall-Team entschieden, mehr als die Hälfte der Mitarbeiter ins Home Office zu schicken. Das war ein Novum für das Leasing-Unternehmen und eine logistische Herausforderung – aber für Hahn alternativlos. „Der Schutz unserer Mitarbeiter hatte oberste Priorität.“ Seitdem hat man in Schweinfurt weitgehend positive Erfahrungen mit dem Home Office gemacht. Zwar gebe es eine große Bandbreite in der

„Wir haben Reserven aufgebaut, was uns jetzt sehr guttut. Wir haben die Krise aus eigener Kraft gemeistert.“

Nutzung, abhängig von der persönlichen Situation der Mitarbeiter: Manche würden am liebsten komplett zuhause arbeiten, andere wiederum vermissen den Austausch mit den Kollegen. „Grundsätzlich kann man als



Unternehmen die Mitarbeiter-Zufriedenheit aber deutlich verbessern, wenn man ihnen ein passendes Home Office-Konzept anbietet“, ist Hahn überzeugt. Und nach seinen Erfahrungen habe die Produktivität keineswegs darunter gelitten, dass viele Mitarbeiter in den letzten Monaten von zuhause aus gearbeitet haben.

CORONA-BEDINGTER DIGITALISIERUNGS-SCHUB

Der langjährige Firmenchef ist überzeugt davon, dass die Corona-Krise Auslöser für einen deutlichen Digitalisierungsschub ist. Was alleine von staatlicher Seite gerade an Fördergeldern für Schulen und Unis mobilisiert wird, sei schon beachtlich. Zudem würden viele Unternehmen die Corona-Krise zum Anlass nehmen, ihre Prozesse auf den Prüfstand zu stellen und in die di-

gitale Transformation zu investieren. Hahn: „Der digitale Zug wird auch in Deutschland deutlich an Fahrt aufnehmen.“

In Schweinfurt ist man bislang weitgehend unbeschadet durch die Krise gekommen. Allenfalls einige Wochen war es etwas ruhiger, ansonsten lief das Geschäft normal weiter. Dass dies nicht bloß Schönwetter-Rhetorik ist, belegen die Zahlen des jüngsten

Geschäftsabschlusses (Stichtag 30. Juni): Demnach verbuchte Mercator-Leasing im Geschäftsjahr 2019 satte, zweistellige Zuwächse in allen Geschäftsbereichen. Das Neugeschäftsvolumen hat sogar erstmals die Schwelle von 500 Mio. Euro überschritten. Stabilität und Nachhaltigkeit waren und sind für Hahn wesentliche Faktoren. „Wir haben Reserven aufgebaut, was uns jetzt sehr guttut.“ Tatsächlich hat man es geschafft, komplett ohne Kurzarbeit durch die Corona-Zeit zu kommen – im Gegenteil wurden in den letzten Wochen sogar noch weitere Mitarbeiter eingestellt. „Wir haben die Krise aus eigener Kraft gemeistert“, so Hahn, „und sehen uns für die Zukunft gut gewappnet“.



AUF MEHREREN BEINEN STEHT MAN BESSER

Differenziert bewertet er die derzeitige Situation im Fachhandel. Da Mercator-Leasing stark auf ein indirektes Vertriebsmodell setzt, besteht eine starke wechselseitige Abhängigkeit. Die jüngste Entwicklung im Büro- und Kopier-Fachhandel – der Bereich Office- und IT-Leasing ist das mit Abstand wichtigste Standbein in Schweinfurt – ist aus Sicht des Geschäftsführers zweigeteilt: Händler, die ihre Servicekosten realistisch bepreisen, wird die Krise nach seiner Einschätzung viel weniger hart treffen als diejenigen, die – zu Lasten der

↑ Die im fränkischen Schweinfurt ansässige Mercator-Leasing konnte trotz Corona-Krise zweistellig zulegen und das Neugeschäftsvolumen erstmals über die 500 Millionen-Euro-Marke heben.



↑ Ein strategisches Fokusthema für die nächsten Monate ist die Digitalisierung des kompletten Vertrags-Workflows – bis hin zur digitalen Signatur durch den Endkunden.

(© Fotolia/Nmedia)

Service-Margen – möglichst hohe Hardware-Preise durchzusetzen versuchten. Bürotechnik-Fachhändler, die auf eine Druck- und Kopie-„Monokultur“ setzen, stehen grundsätzlich mehr unter Druck als Händler, die breiter aufgestellt sind. „Ich habe Fachhändlern immer geraten, ihr Portfolio zu diversifizieren“, erklärt Hahn, „und neben dem Druck- und Kopie-Kerngeschäft auch Telekommunikations-, IT- und Präsentationslösungen zu vermarkten“. Wenn man auf mehreren Standbeinen steht, sei man insgesamt weniger krisenanfällig. Das bestätigte sich jetzt deutlich: „Je diversifizierter ein Fachhändler aufgestellt ist, desto weniger ist er von der Corona-Krise betroffen.“

Im Gegensatz zum Bürofachhandel waren die IT-Systemhäuser in den letzten Monaten voll ausgelastet: Alleine die massive Verlagerung von Arbeitsplätzen ins Home Office hat hier zu vollen Auftragsbüchern und guten Margen bis hin zu Lieferengpässen geführt.

Mit Blick auf die kommenden Monate rechnet man in Schweinfurt tendenziell mit einer steigenden Nachfrage

„Ich kann mir gut vorstellen, dass ab Herbst wieder deutlich mehr Fachhändler ihre Absatzfinanzierung in professionelle Hände legen.“

aus dem Fachhandel: Weil sich die Corona-Krise zusätzlich auf die Liquidität des ohnehin chronisch unterfinanzierten Fachhandels auswirkt, werden sich Händler noch genauer überlegen, ob eine Eigenfinanzierung der Maschinen noch Sinn macht. Rolf Hahn: „Ich

kann mir gut vorstellen, dass aufgrund der aktuellen Erfahrungen wieder deutlich mehr Fachhändler ihre Absatzfinanzierung in professionelle Hände legen.“

EXTRAMEILEN AUF DEM WEG ZUM DIGITALEN WORKFLOW

Ein strategisches Fokusthema bei Mercator-Leasing ist die Digitalisierung des kompletten Vertrags-Workflows – von der Erstellung des Angebots durch den Partner bis hin zur digitalen Signatur durch den Endkunden. „Wir sind hier auf einem Weg von 0 bis 100 etwa bei 50 angekommen und damit im Vergleich zum Wettbewerb gut dabei“, erläutert Hahn. Aber es gebe auch noch einige Hausaufgaben zu erledigen – sowohl am Front End zum Endkunden als auch am Back End bei den eigenen Prozessen. Weil das Projekt mit viel Programmierarbeit verbunden ist und mehrere externe Dienstleister eingebunden sind, brauche es einfach Zeit. Schon jetzt können die Fachhandelspartner ihre Verträge über das Partner Portal digital managen; was allerdings noch fehlt, ist die Ausdehnung des Workflows auf die Endkunden.

Zusätzlich verkompliziert wird das Projekt durch das ‚Same Name‘-Vertragsprinzip bei Mercator-Leasing: Anders als der Wettbewerb gestalten die Vertriebspartner die Verträge in ihrem eigenen Corporate Design und sind damit auch selbst Vertragspartner. Dementsprechend müssen alle ca. 600 Partner in die digitale Vertragsmanagement-Lösung in Schweinfurt integriert werden. „Wären wir selbst die Vertragspartner“, so Hahn, „dann ließe sich das sehr einfach umsetzen“. Deshalb von dem bewährten ‚Same Name‘-Prinzip abzuweichen, sei aber keine Option.

Zum anderen erschwert die hohe Flexibilität in der Vertragsgestaltung – von jeher ein Kennzeichen von Mercator-Leasing – die Digitalisierung der Prozesse. So können die Vertriebspartner aus dem Bürotechnik- und IT-Fachhandel aus 48 verschiedenen Vertragsmodellen auswählen: Das bedeutet zwangsläufig viele Extrameilen in der Programmierung. „Wir werden aber mit Sicherheit nicht an unserer Vertrags-Flexibilität rütteln!“ Am Ende werde sich die Mühe aber lohnen und das Investment sich definitiv rechnen, ist Hahn überzeugt. Mit einem durchgängig digitalen Workflow könne man viel effizienter arbeiten, und selbst der Einsatz von Künstlicher Intelligenz sei auf mittlere Sicht denkbar. Doch bis dahin wird noch viel Wasser den Main hinunterfließen und das zurzeit vorherrschende Thema Corona hoffentlich bald Geschichte sein. Für 2021 steht bereits das runde 30-jährige Firmenjubiläum auf der Agenda. Angesichts der Erfolgsgeschichte von Mercator-Leasing durchaus Grund zum Feiern – und das macht ohne Mund-/Nasen-Schutz und Extra-Abstand mit Sicherheit mehr Freude... |ho|