

# „Wir denken Partnerschaft“

Aufgrund des volatilen Marktumfeldes denken „Kunden immer stärker in sogenannten Abo- und As-a-Service-Modellen“, sagt Dr. Norman Hoppen, Geschäftsführer bei **Mercator-Leasing**. Von der IT-Finanzierung werde daher immer höhere Flexibilität erwartet.

**Herr Hoppen, Corona hat die Digitalisierung beschleunigt. Wie hat sich infolgedessen die Nachfrage nach Lösungen zur IT-Finanzierung verändert, welchen Anforderungen muss moderne IT-Finanzierung heute gerecht werden und welche Mehrwerte können Sie hier bieten?**

Für den IT-Markt ist es ja fast schon üblich, dass Situationen wie die Corona-Pandemie beide Effekte hatten: welche, die die Nachfrage mindern und gleichzeitig eine deutliche Nachfragerhöhung in anderen Objektgruppen. Die Pandemie hatte und hat positive und negative Impulse. Die Notwendigkeit, verteilt zu arbeiten, hat Investitionen in DMS, Peripherie oder auch Collaboration-Lösungen deutlich erhöht. Gleichzeitig sind Investitionen in zentrale Infrastrukturen zurückgegangen. Die grundsätzlich erwarteten Investitionshemmungen sind nicht in der Form eingetreten. Derzeit erschweren aber die unterschiedlichsten Krisen aussagekräftige Prognosen. Die Erwartungen an IT-Finanzierungen liegen insbesondere in höherer Flexibilität. Kunden denken immer stärker in sogenannten Abo- und As-a-Service-Modellen. Das bedeutet kürzere Laufzeiten und Kündigungsfristen, integrierte Serviceleistungen und flexibler Zukauf von Features. Das wird die Finanzierungsbranche vor Herausforderungen stellen. Für vieles gibt es heute schon Antworten. Aber es ist in den genannten Modellen noch nicht alles gelöst. Es geht darum, weiter flexibel zu bleiben und dabei die regulativen Rahmenbedingungen zu erfüllen. Das ist unsere Aufgabe – und das tun wir. In unserem Partnergeschäft kommt es auf Verlässlichkeit und Branchenkenntnis an, darauf richten wir unser gesamtes Tun und Handeln aus. Wir den-

ken Partnerschaft. Dabei schätzen unsere Fachhändler unsere Erfahrung, die wir permanent erweitern. Dabei ist uns – bei aller Digitalisierung der Prozesse – der persönliche Kontakt wichtig. Geschäfte werden unter Menschen gemacht. Dieses Handeln führt zu einer guten Geschäftsentwicklung: Alles in allem konnten unsere Partner das Neugeschäft mit uns steigern. Und sie wussten, dass sie sich beim Vertragsauslauf auf unsere Treue verlassen können. Auch wenn bei Ersatzinvestitionen das eine oder andere Mal der Zeitplan angepasst werden musste, haben wir pragmatisch und flexibel und immer in enger Abstimmung mit unseren Partnern gehandelt.

**Steigende Energiekosten sowie der Mangel an Rohstoffen, Material und Arbeitskräften bremsen die deutsche Wirtschaft deutlich, das machen Zahlen des Statistischen Bundesamtes deutlich. Im Herbst und Winter droht Deutschland in eine Rezession abzurutschen. Was bedeutet dies für die Investitionsbereitschaft von Unternehmen respektive den Handel?**

Die Szenarien sind vielfältig und nicht nur schlimm. Steigender Kostendruck war schon oft auch Treiber von IT-Investitionen. Auch diesmal? Wer kann das sagen? Wir reagieren darauf mit viel Flexibilität und hören unseren Partnern zu. Bisher wachsen wir weiter im Neugeschäft. Nicht mehr in der Geschwindigkeit wie zuvor. Aber es geht weiter aufwärts. Ob das so bleibt, wird sich zeigen. Wir sind auf die verschiedenen Szenarien gut vorbereitet. Für uns als objektorientierter Finanzdienstleister sind fehlende Komponenten natürlich schwierig. Projekte werden verschoben und der Bestand läuft in die Verlängerung. Hiermit



*„In unserem Partnergeschäft kommt es auf Verlässlichkeit und Branchenkenntnis an, darauf richten wir unser gesamtes Tun und Handeln aus“, sagt Dr. Norman Hoppen, Geschäftsführer beim Schweinfurter IT-Finanzierer Mercator-Leasing.*

verbundene Preissteigerungen können die Investitionsfreude reduzieren. Nichtsdestotrotz: Die Szenarien sind vielfältig.

**Welche Möglichkeiten sehen Sie für den Handel hier aktiv gegenzusteuern und wie unterstützen Sie Ihre Partner dabei?**

Ruhe bewahren und keine Schnellschüsse im Entscheidungsverhalten. Bei größeren Finanzierungen wird man sicherlich auch mal aktuellere Zahlen sehen wollen. Aber alles in allem werden Kunden mit einer guten Grundsubstanz auch durch diese Krise kommen. Und jede Finanzierungszusage von uns bedeutet eine Neugeschäftschance für unsere Partner. Das ist unser Job

– und das ist unsere Unterstützung. Unterstützung der Partner erfolgt aber auch an anderer Stelle. So haben wir beispielsweise die Finanzierung von Gebrauchtgeräten und deren Integration in unsere Finanzierungslösungen weitergetrieben. Oft bekommen Partner schlichtweg keine Neuware. Und wenn die Bedeutung von Gebrauchtgeräten steigt, stellen wir uns darauf ein, für unsere Partner und deren Kunden.

**Gerade in so unsicheren Zeiten wird für viele Fachhändler und Systemhäuser das Geschäft mit öffentlichen Auftraggebern immer interessanter. Partner unterstützen Sie hier beim Ausschreibemanagement. Welche Mehrwerte bieten Sie damit?**

Wir bieten unseren Partnern damit Unterstützung bei Bieterfragen, im Lifecycle und am Laufzeitende. Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr mehr als 100 Ausschreibungen begleitet und etwas über 50 Prozent erfolgreich mit unseren Partnern realisieren können. Für die Fachhändler sind es wichtige Referenzprojekte und eine wichtige Auslastung für die Serviceeinheiten.

## Albis Leasing

### Weichen für eine nachhaltige Zukunft gestellt

Der Vorstand der Hamburger Albis Leasing AG blickt zufrieden auf die Entwicklung im ersten Halbjahr: So komme die Anfang 2022 gestartete Transformation der Gesellschaft gut voran und werde konsequent vorangetrieben. In den ersten sechs Monaten erzielte die Albis mit 0,1 Millionen (Vorjahreshalbjahr 1,6 Millionen Euro) ein Halbjahresergebnis vor Steuern auf Planniveau. Der Rückgang im Vorjahresvergleich resultiert im Wesentlichen aus dem erwartungsgemäß erhöhten Aufwand im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung sowie den rückgestellten Bonifikationen für das starke E-Bike-Geschäft. Getragen wurde die Entwicklung von einem erfolgreichen Neugeschäft, das um 13 Prozent auf 53 Millio-



*Firmensitz von Mercator-Leasing in Schweinfurt*

Bei einer Ausschreibung denken viele Behörden aber nicht daran, dass die Fachhändler die Verträge auch refinanzieren müssen. Hier gibt es vielfältige Fallstricke, die es zu lösen gilt. Wissen über Ausschreibungsrecht ist bei vielen Finanzierungsgesellschaften aber nicht ausreichend vorhanden oder hat schlichtweg nicht die Priorität wie bei uns. Wir haben hierzu ein Team gegründet mit Experten in diesem Bereich und bekommen wir sehr gute Rückmeldungen von den Fachhändlern.

**Mit welcher Entwicklung rechnen Sie mittelfristig im IT-Markt beziehungsweise beim Thema IT-Finanzierung?**

Die Technologien werden sich permanent fortentwickeln. As-a-Service-Modelle werden sich immer mehr durchsetzen und die dazugehörigen Finanzierungsmodelle mitentwickeln. Hier ist es gut, mit einem Partner zu arbeiten, der dies verstanden und bewiesen hat, dass es das kann und will. Ungebrochen ist die Bedeutung für ein partnerschaftliches Miteinander. Und damit meinen wir keine Marketing-Floskel, sondern der tägliche Beweis im Handeln und Tun. Absatzförderung ist Kundenschutz – und diesen müssen Finanzdienstleister immer wieder unter Beweis stellen. Bei Mercator-Leasing ist das unsere DNA. An diesem Grundprinzip wird nicht gerüttelt. [www.mercator-leasing.de](http://www.mercator-leasing.de)

nen Euro gewachsen ist. Der Anstieg ist neben der Erholung des Händlersegments auf das Wachstum in der Produktgruppe E-Bike zurückzuführen. Auf Gesamtjahresbasis erwartet die Albis einen stabilen Geschäftsverlauf mit einem Neugeschäftsvolumen zwischen 95 und 105 Millionen Euro und damit auf Vorjahresniveau.

„2022 ist ein bedeutendes Jahr für die Albis-Leasing-Gruppe: Wir haben mit unserer ‚Zukunftsoffensive 2023+‘ den Grundstein für unser langfristiges unternehmerisches Handeln gelegt. Gleichzeitig machen wir unser Geschäftsmodell wetterfest für ein volatiles und von Unsicherheiten geprägtes Umfeld“, sagt Albis-Vorstand Andreas Arndt. Ziel des Unternehmens ist es, mit

einem qualitativ überzeugenden Leistungsangebot den Händler- und Kundennutzen gleichermaßen zu steigern. Mit einfachen und transparenten Produkten sowie einer schnellen Abwicklung richtet das Unternehmen sein Handeln ganzheitlich auf eine nachhaltige Beziehung aus. „Wir sind davon überzeugt, in diesem Jahr die Weichen für eine nachhaltige Zukunftsfähigkeit der Albis gestellt zu haben“, so Albis-Vorstandssprecher Sascha Lerchl. Trotz der zunehmend unsicheren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geht das Unternehmen mit Vorlage seiner Halbjahreszahlen weiterhin davon aus, auf Konzernebene eine schwarze Null im Gesamtjahr erwirtschaften zu können. [www.albis-leasing.de](http://www.albis-leasing.de)