

MLF MERCATOR LEASING / MANAGEMENT

„Wir verstehen uns als Ideengeber“

Vor 25 Jahren, am 1. Juli 1991, wurde die MLF Mercator Leasing GmbH & Co. KG gegründet. Mit Geschäftsführer Rolf Hahn sprach INFO-MARKT über alte und neue Herausforderungen für die IT-Leasing-Branche in Deutschland.

INFO-MARKT: Herr Hahn, Sie haben die MLF Mercator Leasing vor 25 Jahren gegründet. Würden Sie das heute wieder tun?

Hahn: Selbstverständlich. Wir haben das Unternehmen in einer Zeit gegründet, als das Leasing als Finanzierungsform noch nicht so bedeutend war. Heute dagegen hat sich Leasing und Miete als Finanzierungsinstrument etabliert und finanziert mehr Investitionsvolumen als die Bankenwelt.

INFO-MARKT: Anfang der 1990er Jahre war die Bürotechnik ein boomender Markt. Heute lässt sich das nicht mehr so pauschal sagen.

Hahn: Der Markt ist immer noch stabil. Zudem reden wir beim Office Equipment über Investitionsgüter, die alle Unternehmen benötigen und die sie wegen der großen Innovationsdynamik wesentlich häufiger erneuern müssen als die Investitionsgüter in anderen Bereichen.

INFO-MARKT: Die politischen Rahmenbedingungen für die deutsche Leasing-Branche haben sich in den letzten Jahren stark verändert. 2009 erschwer-

te das neue Kreditwesengesetz (KWG) light das Leasing-Geschäft in Deutschland. Aktuell macht Ihnen die Niedrigzins-Politik der Europäischen Zentralbank zu schaffen.

Hahn: Das KWG light hat uns das Geschäft tatsächlich erschwert. Um den neuen Anforderungen nachzukommen, mussten wir zusätzliches Personal für Themen wie Controlling, Risikomanagement und Compliance einstellen. Aufsichtsrechtliche Anforderungen spielten davor für uns keine Rolle. Bei der Niedrigzins-Politik sieht die Sache etwas anders aus, da wir vor allem Mietverträge anbieten, die an Services gekoppelt sind. Bei derartigen Verträgen entscheiden die Kunden auf Basis des Gesamtpaketes und der Prozessverbesserungen. Damit ist für solche Verträge das Zinsniveau nicht ganz so entscheidend wie im klassischen Kredit- oder Leasing-Geschäft.

INFO-MARKT: Hat es Entwicklungen gegeben, die Ihnen das Leben erleichtert haben?

Hahn: Ja und nein. Die Anforderungen an Qualität, Kundenorientierung und Professionalität sind immer noch die gleichen



Rolf Hahn, Geschäftsführer MLF Mercator Leasing: „Die guten Fachhändler werden ihre Chancen auch in Zukunft nutzen“

wie vor 25 Jahren. Erleichtert hat uns die Abwicklung des Geschäftes sicherlich die technische Entwicklung. Wir vergessen immer, dass es noch gar nicht so lange her ist, seitdem die E-Mail eingeführt wurde.

INFO-MARKT: Der Bundesverband Deutscher Leasingunternehmen weist für das IT-Leasing ein rückläufiges Neugeschäftsvolumen aus. Ihr Unternehmen dagegen hat das jährliche Neugeschäftsvolumen innerhalb von zwei Jahren von 120 auf über 150 Millionen Euro gesteigert. Wie haben Sie das geschafft?

Hahn: Tatsächlich haben wir die für 2020 gesetzten Ziele frühzeitig erreicht. Dieser Erfolg baut auf drei Faktoren: die Politik unseres Hauses, unsere Lösungen sowie den Einsatz unserer Mitarbeiter.

INFO-MARKT: Hat Sie dieser Erfolg überrascht? Haben Sie

Unternehmensprofil

Die MLF Mercator Leasing GmbH & Co. Finanz-KG wurde am 1. Juli 1991 in Würzburg als Tochterunternehmen der Privatbanken Fürstlich Castell'sche Bank, Credit Casse AG und dem Bankhaus Max Flessa KG gegründet. Seit 2011 befindet sich der Firmensitz in Schweinfurt. Im letzten Geschäftsjahr erwirtschaftete der Finanzdienstleister mit rund 70 Mitarbeitern ein Neugeschäftsvolumen von mehr als 150 Millionen Euro, etwa vier Fünftel davon im Bereich IT / Bürotechnik. Damit zählt er – gemessen am Neugeschäftsvolumen – zu den kleineren Anbietern im deutschen IT-Leasing-Markt. Rolf Hahn, Jahrgang 1955, führt das Unternehmen von Anfang an.

sich bereits neue Ziele gesteckt?

Hahn: Ja, der Erfolg hat uns ein wenig überrascht, da sich ja einerseits der Markt verändert hat und wir eine seriöse Konditionspolitik betreiben. Geschäfte um jeden Preis werden bei uns nicht vorgenommen. Das bedeutet, dass wir uns das zusätzliche Neugeschäft nicht auf Kosten der Marge gekauft haben, sondern strikt unseren eigenen Vorgaben gefolgt sind. Die neuen Ziele werden höher als 150 Millionen Euro liegen. Wegen der Details stimmen wir uns gerade mit unseren Gesellschaftern ab.

INFO-MARKT: Das Image der IT-Leasing-Branche ist durchgewachsen. Auf Händlerseite sind immer wieder Klagen über verdeckte Kosten und unerwartete Abstands Zahlungen zu hören.

Hahn: Seit 25 Jahren bieten wir faire, saubere und damit han-

delsfreundliche Lösungen an. Unsere Partner wissen vom Abschluss bis zum Auslauf eines Vertrages, welche Bedingungen und Kosten auf sie zukommen. Nicht zuletzt tragen wir damit zur Stärkung und Sicherung der Zusammenarbeit zwischen unserem Partner und seinem Endkunden bei. Und das gelingt uns bislang ganz gut. Dabei setzen wir begrifflich vor allem auf die Miete, die bei vielen Kunden einen besseren Ruf hat als das Leasing. 90 Prozent unserer Verträge sind Mietverträge, überwiegend All-in-Verträge, die also den kompletten Service und auch Verbrauchsmaterialien beinhalten.

INFO-MARKT: Viele Konkurrenten behaupten ebenfalls, dass Sie das Miet- und Servicegeschäft beherrschen. Wo sehen Sie die Unterschiede?

Hahn: Zu einem guten Gesamtpaket gehört nicht nur der Abschluss, sondern auch das Management eines Vertrages. Zum Beispiel: Wie flexibel ist der Anbieter bei Bedarfsänderungen des Endkunden während der Laufzeit? Wie werden die Dinge am Ende der Vertragslaufzeit geregelt? Fragen, die heute das Lösungsgeschäft prägen und auch im Fokus unserer Partner sind. Aber wir vergleichen uns nicht mit den Wettbewerbern. Wir investieren in Digitalisierung, elektronische Lösungen und Prozesse, um die Dienstleistungen für unsere Partner, insbesondere das Vertragsmanagement, immer weiter zu verbessern.

INFO-MARKT: MLF Mercator Leasing akquiriert seine Kunden ausschließlich über den Fachhandel. Wie definieren Sie Ihre

Rolle gegenüber dieser Klientel? Als Lieferant oder auch als Ideengeber?

Hahn: Wir sind für den Fachhandel Dienstleister und auch Ideengeber. Wir bieten dem Handel ja nicht nur zukunftsweisende Lösungen und Finanzierungskonzepte für seine Endkunden, sondern vernetzen ihn auch. Beispielsweise führen wir Händler aus den Bereichen Bürotechnik und Telefonie zusammen, wenn es ein Kundenprojekt erfordert.

INFO-MARKT: Die Tatsache, dass die Zahl der Fachhändler schrumpft, muss auch Ihnen Sorgen bereiten.

Hahn: Diese Entwicklung sehen wir natürlich auch. Und sie wird bedingt durch Fusionen, Übernahmen oder fehlende Nachfolgeregelungen auch mittel- und langfristig weitergehen. Die guten Fachhändler werden ihre Chancen aber auch in Zukunft nutzen und ihr Geschäft weiter ausbauen.

INFO-MARKT: Während die Bedeutung der Hardware für moderne IT-Infrastrukturen sinkt, steigt die Bedeutung von Software und Cloud-Services. Beide Themen bergen für Leasingfirmen das Problem, dass sie diese Angebote nur verleasen können, wenn die Hersteller ihre Lizenzpolitik entsprechend anpassen. Wie gehen Sie mit diesen Themen um?

Hahn: In den Bereichen Telefonie und Archivlösungen sind wir bereits im Cloud-Geschäft tätig. Die Anbieter könnten ihre Angebote zwar auch direkt an die Endkunden vermarkten. Unsere Partner sehen aber offenbar ei-

nen Vorteil darin, das Know-how eines Dritten zu nutzen, der sich auf das Management solcher Verträge besser versteht als sie selbst.

INFO-MARKT: Was bedeutet das konkret?

Hahn: Vor 25 Jahren gab es ausschließlich Ein-Produkt-Verträge. Damals wurden nicht einmal die Drucker und Kopierer in den gleichen Vertrag gepackt. Heute aber geht es darum, das gesamte Office-Equipment, egal ob es im eigenen Büro steht oder über die Cloud bereitgestellt wird, in einem einzigen Vertrag zu bündeln, um die Prozesse des Kunden zu verbessern und flexibel auf Veränderungen reagieren zu können. Diese Entwicklung wird sich in der Zukunft noch wesentlich verstärken, siehe Industrie 4.0, und sowohl beim Fachhandel als auch beim Endkunden von Digitalisierung, Prozessoptimierung, Nutzung elektronischer Lösungen geprägt sein. Die Leasing-Branche wird sich diesen Herausforderungen stellen müssen.

INFO-MARKT: Sie sind jetzt 61 Jahre alt. Wie lange werden Sie den Wandel der Branche noch als Geschäftsführer der MLF Mercator Leasing begleiten?

Hahn: Ein paar Jahre werden es schon noch sein, solange es Spaß macht und die Gesundheit mitspielt. Wie lange genau, kann

ich Ihnen heute nicht sagen. Aber wir sind bereits seit einigen Jahren dabei, neue Personen in die Führungsspitze zu integrieren. Das darf man nicht auf den letzten Drücker machen.

INFO-MARKT: Oft hört man, dass bis heute jeder Vertrag vor der Freigabe über Ihren Schreibtisch laufe.

Hahn: Das war vielleicht vor 20 Jahren so. Bei dem Geschäftsumfang und mehr als 70 Mitarbeitern wäre das gar nicht mehr möglich. Das operative Geschäft verantworten inzwischen andere. Wir zeichnen ungefähr 20.000 Verträge im Jahr, von denen vielleicht 500 über meinen Schreibtisch gehen. Das Unternehmen und meine Aufgaben haben sich wesentlich verändert. Aber auch heute kann noch jeder Partner mit Fragen und Problemen auf mich zukommen.

INFO-MARKT: Herr Hahn, vielen Dank für das Gespräch. ■