



GESCHÄFTSFÜHRER-WECHSEL BEI MERCATOR-LEASING

„DEM WEITEREN WACHSTUM

Am 27. November kam es bei der MLF Mercator-Leasing GmbH & Co. Finanz-KG zum lange im Voraus geplanten Stabwechsel: Neben Matthias Schneider übernahm Dr. Norman Hoppen als weiterer Geschäftsführer die Aufgaben von Firmengründer Rolf Hahn, der sich wenige Wochen davor in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet hatte. Nach dem rasanten Wachstum der letzten Jahre liegt Hoppens erste Aufgabe darin, die Strukturen des Schweinfurter Finanzdienstleisters an die Unternehmensgröße anzupassen und den Mitarbeitern mehr Verantwortung zu übertragen. Während Mercator-Leasing im Office- und IT-Kerngeschäft zuletzt vor allem durch Verdrängung gewachsen ist, hat man im Bereich Dienstrad-Leasing und E-Mobilität schon früh einen riesigen Wachstumsmarkt für sich erschlossen.



↑ Dr. Norman Hoppen: „Das Unternehmen ist in den letzten Jahren rasant gewachsen und hat jetzt eine Größe erreicht, die andere Strukturen und eine stärkere Arbeitsteilung erfordert.“

MERCATOR-LEASING Dr. Norman Hoppen wirkt motiviert und strahlt eine zupackende Hands-on-Mentalität aus. Zugleich hat er aber auch Respekt vor seiner neuen Ausgabe als Geschäftsführer der Mercator-Leasing. „Ich kann und will nicht in die Rolle von Rolf Hahn schlüpfen“, sagt er offen. „Vielmehr muss ich meine Rolle bestmöglich ausfüllen“. In der Tat warten auf den promovierten Wirtschaftsinformatiker auch noch ganz andere Aufgaben als seinerzeit auf seinen Vorgänger, der das Unternehmen vor knapp 30 Jahren gegründet und über drei Jahrzehnte maßgeblich geprägt hat. Hoppen: „Rolf Hahn war ein echter Innovator, der visionär und umtriebige neue Geschäftsmodelle entwickelt hat.“

Doch jetzt würden andere Aspekte im Vordergrund stehen, die für die Weiterentwicklung des Finanzdienstleisters mit Sitz in Schweinfurt genauso wichtig sind. „Das Unternehmen ist in den letzten Jahren rasant gewachsen und hat eine Größe erreicht, die andere Strukturen und eine stärkere Arbeitsteilung erfordert.“ Alleine seit 2018 hat man die Zahl der Mitarbeiter um 50 Prozent auf aktuell 120 erhöht – selbst im Corona-Jahr 2020 wurde die Belegschaft weiter ausgebaut. „Jetzt stehen wir vor der Herausforderung, das Unternehmen an die

großen Zahlen anzupassen und die Mitarbeiter auf diesem Weg mitzunehmen“, so Hoppen. Dieses ‚Empowerment‘, wie es neudeutsch heißt, werde ein längerfristiger Prozess sein und zwangsläufig dazu führen, manche Kollegen/innen auch mal aus ihren Komfortzonen herauszuführen. Im Gegenzug winken mehr Verantwortung und Mitgestaltung, was sich wiederum positiv auf die Motivation auswirken dürfte. Zudem will der neue Geschäftsführer die internen Abläufe weiter verbessern und Prozessabläufe einführen, die das Tagesgeschäft erleichtern. „Bei aller Flexibilität, für die Mercator-Leasing von jeher stand und steht, darf die Ausnahme nicht zur Regel werden...“

VIEL LUFT NACH OBEN

Mitnehmen will man in Schweinfurt den digitalen Rückenwind, den die Corona-Krise als positiven Nebeneffekt ausgelöst hat, wenngleich Norman Hoppen diesbezüglich nach wie vor viel Luft nach oben sieht. So hatte er erwartet, dass sich als Folge der Pandemie die digitale Signatur auf breiter Basis durchsetzen werde, wovon die Leasing-Branche deutlich profitieren würde. Das ist aber nicht geschehen. „Wir sind immer noch viel

STEHT NICHTS IM WEG“



zu analog!“ Weiterhin fest rechnet er damit, dass im Zuge der digitalen Transformation immer mehr Portalbetreiber offene Schnittstellen anbieten und Medienbrüche beim Arbeiten in heterogenen Software-Umgebungen damit deutlich abnehmen werden.

Deutlich zu spüren bekommen hat man in Schweinfurt den ebenfalls Corona-bedingten Schub der Home-Office-Arbeit in den letzten Monaten – in doppelter Hinsicht: Zum einen hat die Geschäftsführung ein professionelles Home-Office-Konzept für das eigene Unternehmen entwickelt und die gesamte Belegschaft eingebunden: Alle Mitarbeiter wurden mit einer modernen IT-Infrastruktur für das sichere Arbeiten zuhause (Notebook, VPN-Anbindung, Headset etc.) ausgestattet. Zugleich hat man die Kernarbeitszeit an die besonderen Begebenheiten der Corona-Krise angepasst und bietet den Mitarbeitern damit deutlich mehr Flexibilität. Das kommt insbesondere Mitarbeitern in der Familienphase stark entgegen, zumal die Kinderbetreuung während der Pandemie oft sehr lückig war.

Zum anderen hat Mercator-Leasing in seinem Kerngeschäft ebenso vom Home-Office-Boom profitiert wie die Vertriebspartner: Phasenweise gab es einen regelrechten Nachfrage-Schub bei IT-Ausstattung Präsentati-

onstechnik und Software wie z.B. ECM-Lösungen. Hoppen: „Trotz des schwierigen Marktumfeldes sind wir in unserem Bürotechnik- und IT-Kerngeschäft zuletzt deutlich gewachsen – allerdings nur durch Verdrängung.“

DER VERTRIEB MUSS SICH AN CORONA ANPASSEN

Hoppen hatte bereits im April letzten Jahres bei Mercator-Leasing angeheuert und zunächst den Bereich Business Development übernommen. Er kennt die Branche bestens und war unter anderem bei der Deutschen Leasing Information Technology sowie bei der BFL Leasing in leitenden Positionen tätig gewesen, bevor es ihn nach Schweinfurt gezogen hat. Neben der Anpassung der Unternehmensstrukturen sieht er die Weiterentwicklung der Vertriebsaktivitäten sowie den Aufbau strategischer Allianzen als seine vorrangige Aufgaben: Ein erster Erfolg ist die im Oktober geschlossene Kooperation mit Soennecken im Bereich IT-Finanzierung.

Dass die Corona-Krise in diesem Kontext wenig hilfreich war und ist, versteht sich von selbst: Schließlich lebt Vertrieb – Digitalisierung hin oder her – vom persönlichen Kontakt, gerade wenn es darum geht, neue Kontakte zu knüpfen. Hoppen: „Ich hatte in den Sommermonaten viele persönliche Gespräche und die Zeit genutzt, um möglichst viele Vertriebspartner zu treffen. Gerade beim Erstkontakt finde ich ein persönliches Kennenlernen sehr wichtig.“ Auf der anderen Seite ist er überzeugt, dass sich auch der Vertrieb an die veränderte Situation anpassen muss: „Vieles läuft mittlerweile auch über Microsoft Teams, was uns natürlich hilft, Zeit zu sparen.“

↪ Blick auf den Stammsitz von Mercator-Leasing im fränkischen Schweinfurt.

„Trotz des schwierigen Marktumfeldes sind wir in unserem Bürotechnik- und IT-Kerngeschäft zuletzt deutlich gewachsen – allerdings nur durch Verdrängung.“

↪ Die hohe Flexibilität in der Vertragsgestaltung war von jeher eine der Stärken des Leasing-Spezialisten.
(© Fotolia/Corgarashu)





↑ Das neue Führungsduo bei Mercator-Leasing: Seit 27. November 2020 verantworten Matthias Schneider (links) und der frisch berufene Geschäftsführer Dr. Norman Hoppen die Geschichte der Schweinfurter.

Dass die rund 700 Vertriebspartner aus dem Office- und IT-Kanal – bei Mercator-Leasing spricht man von ‚Vendoren‘ – mehr oder weniger stark unter der Corona-Krise gelitten haben, ist kein Geheimnis. Freilich konnten breit aufgestellte Partner phasenweise vom Nachfrage-Schub bei IT-Infrastruktur und Konferenztechnik profitieren. Doch gab es beim Printing-Kerngeschäft infolge der beiden Lockdowns im März und seit November zum Teil erhebliche Rückgänge beim Druckvolumen. Deutlich weniger betroffen waren Vertriebspartner, die schon länger die Wachstumsthemen Software, Consulting und DMS-Lösungen aktiv forciert hatten. „Wenn unsere Fachhandelspartner den Strukturwandel in Richtung digitaler Dokumentenprozesse gut hinbekommen“, ist Hoppen überzeugt, „dann werden wir gemeinsam weiter wachsen können“.

„Wenn unsere Fachhandelspartner den Strukturwandel in Richtung digitaler Dokumentenprozesse gut hinbekommen, dann werden wir gemeinsam weiter wachsen können.“

ERHÖHTES AUSFALLRISIKO

Insbesondere das Neugeschäft der Partner hat stark unter der Corona-Krise gelitten, weil viele Unternehmen Investitionen bis auf Weiteres komplett auf Eis gelegt haben. Hier kam den Schweinfurtern ihre hohe Flexibilität in der Vertragsgestaltung zugute: So haben viele Vertriebspartner die Rückgänge beim Neugeschäft dadurch kompensiert, dass sie Bestandverträge verlängert haben.

Mit Sorge sieht Hoppen das Corona-bedingt erhöhte Ausfallrisiko bei Fachhändlern, die ihre Verträge ganz oder teilweise aus eigenen Mitteln finanzieren: Was in guten Jahren in Form von Zins-Mitnahme-Effekten zusätzlich in die Kasse gespült wird, das kann einem in Krisenzeiten wie jetzt schon mal auf die Füße fallen und im schlimmsten Fall das Ergebnis komplett verhängeln. „Dieses Risiko nehmen wir dem Fachhandel komplett ab, und wir haben sehr viel Erfahrung im Risiko-Management.“

DIENSTRAD-LEASING: EIN MARKT MIT VIEL MUSIK

Anders als manche Mitbewerber hat man die Diversifizierung des Portfolios in Schweinfurt früh vorangetrieben. Neben dem Kerngeschäft mit Office- und IT-Technologie ist Mercator-Leasing noch in drei weiteren Branchen aktiv: Maschinen, Transport und Industrie, Medizin- und Labortechnik sowie Dienstrad-Leasing. Gerade letzteres Segment – im Fokus stehen E-Bikes – ist ein stark wachsender Markt mit viel Potenzial, zumal das Stichwort Elektro-Mobilität in keiner Rede eines Politikers, der sich einen grünen Anstrich verpassen möchte, fehlen darf. Auch hier arbeiten die Franken rein indirekt über Vertriebspartner und bleiben als Finanzierungs-Dienstleister im Hintergrund. Hoppen: „Elektro-Mobilität ist eines der Themen, die bei Politikern und Medien ganz oben auf der Agenda stehen. Da ist viel Musik drin, und wir versprechen uns hier für die nächsten Jahre eine richtigen Wachstumsschub.“

Auch wenn die Rahmenbedingungen gerade wenig be rauschend sind – wir haben das Interview, das diesem Bericht zugrunde liegt, am Ende des Lockdown-Monats November geführt – blickt Hoppen dennoch optimistisch in die Zukunft: „Wir haben ein Topteam, und ich verstehe mich sehr gut mit meinem Geschäftsführer-Kollegen. Jetzt müssen wir nur noch unsere Organisation anpassen und die Kollegen/innen empowern – dann steht dem weiteren Wachstum von Mercator-Leasing nichts mehr im Weg!“ |ho|

Solides Ergebnis trotz Corona
Trotz Corona-Krise konnte Mercator-Leasing im Geschäftsjahr 2019/2020 das Leasing-Neugeschäft erneut steigern und weist jetzt eine historische Bilanzsumme von gut 1 Mrd. Euro aus. Insgesamt bleibt die Leasingbranche trotz der sich abkühlenden Konjunkturlage in Deutschland auf Wachstumskurs: Das Mobilen-Leasing erreichte nach Berechnungen des ifo Instituts im Jahr 2019 ein Volumen von 63,8 Mrd. Euro – 9 Prozent mehr als 2018. Die Steigerung des Neugeschäftsvolumens bei Mercator-Leasing um mehr als 40 % auf über 575 Mio. Euro liegt damit deutlich über dem Zuwachs des Gesamtmarktes. Die starken Zuwächse resultieren insbesondere aus der Zusammenarbeit mit den Vendoren-Partnern.
Mittlerweile betreuen gut 120 Mitarbeiter deutschlandweit rund 57.000 gewerbliche sowie Kunden der öffentlichen Hand und verwalten rund 337.000 Verträge. Auch im Rating des Unternehmens zeigt sich die Anerkennung für das bisher Geleistete: Die Einstufung auf AA- im Jahr 2017 wurde zum 22.6.2020 von der GBB-Rating – einer der Tochtergesellschaft des Bundesverbandes deutscher Banken – bestätigt.