

Den 6. Mai erwartet Geschäftsführer Hans-Christian Specht gespannt: Von diesem Tag an wird die neue Firmen-Software der Ipsen Logistics GmbH mit Sitz in Bremen ausgerollt, also nach zweiwöchiger Schulung eingesetzt. Das gilt zunächst für das Stuttgarter Büro seines Logistikunternehmens, bis Ende 2019 sollen die anderen sieben deutschen Standorte folgen und 2020 die Niederlassungen in Polen, Belgien, Malaysia sowie Nordafrika. „Die Software ist die Voraussetzung dafür, Daten digital abzubilden“, sagt Specht, „das ist für das Unternehmen elementar.“

VON CHRISTINA ANASTASSIOU

Die Digitalisierung bedeutet unter anderem, Informationen zu Preisen, dem Standort der Ladung und dem Zeitpunkt der Lieferung eines Tages in Echtzeit abzubilden und Transaktionen über die sogenannte Blockchain-Technik verbindlich zu machen. Dies ist eine dezentrale, auf vielen Rechnern verteilte Datenbank. Im Transportwesen ist das bisher Theorie. Allerdings beobachtet Specht „Digitalisierungsansätze und -wünsche bei Reedereien und Airlines, weil diese die Auslastung ihrer Schiffe und Flugzeuge besser planen möchten.“

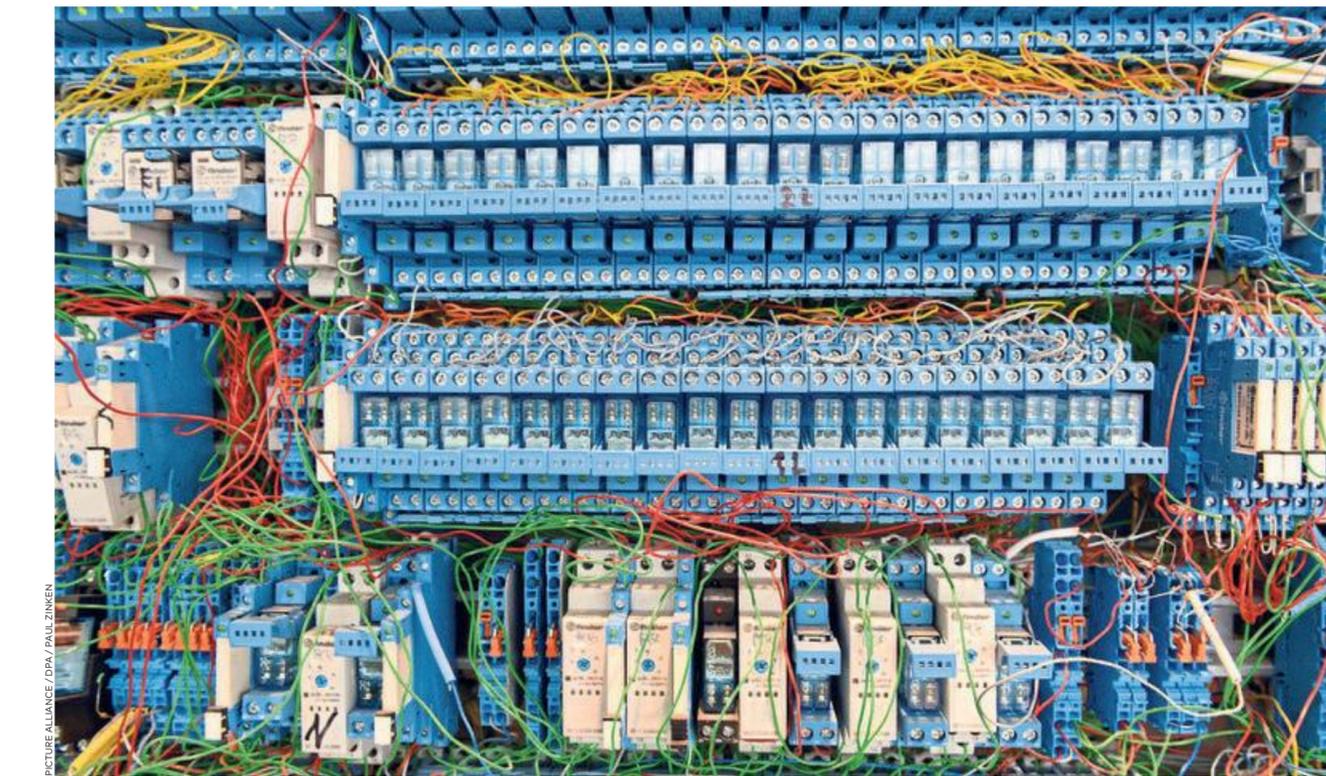
Die Logistikfirma mietet die Software im Wert von 600.000 Euro für mindestens zehn Jahre, statt sie zu kaufen. Dabei handelt es sich um eine Variante der Leasing-Finanzierung namens „Software-as-a-Service“ (SaaS). Das Prinzip sieht so aus: Ipsen Logistics nutzt das im Rechenzentrum des Software-Herstellers installierte Programm über das Internet, ohne es auf eigenen Rechnern vorhalten zu müssen. Der Dienstleister aktualisiert seine Software regelmäßig, entwickelt sie weiter, übernimmt Wartung und Service.

Dafür zahlt der Mittelständler eine monatliche Servicegebühr pro Nutzer des Programms. Specht hat das Mietmodell gewählt, um, wie er sagt, „Skalierbarkeit zu haben“, also wachsen zu können und gleichzeitig hohe Verfügbarkeit und Sicherheitsstandard zu gewährleisten. Das Rechenzentrum des Herstellers ist so groß, dass täglich neue Nutzer hinzugeschaltet werden können.

Der Kosmetikhersteller Dr. Rimpler GmbH aus Wedemark bei Hannover wiederum investiert im Rahmen seiner Digitalisierungsstrategie unter anderem in zwei zum 1. März 2019 eröffnete Online-Shops. „Die dafür erforderlichen Anpassungen umfassen eine Digitalisierung sämtlicher Geschäftsprozesse mittels neuer Soft- und Hardware“, sagt Geschäftsführer Patrick Rimpler.

Vorher hatte der Mittelständler seine beiden Marken ausschließlich über Kosmetikinstitute und Schönheitsfarmen vertrieben. Die Veränderungen betreffen nicht nur die Online-Shops, sondern auch Anwendungen und Prozesse im Hintergrund wie etwa die Vernetzung zwischen der Kundendatenbank, dem Warenwirtschafts- und dem Verbandsystem.

Der Familienbetrieb hatte zunächst erwogen, die Anpassungen für einen höheren sechsstelligen Betrag aus eigenen



PICTURE ALLIANCE / DPA / PAUL ZIMMERN

DER WEG ZUR DIGITALISIERUNG (3)

DREI SEKUNDEN FÜR EINE RECHNUNG

Am 12. Mai 1941 präsentierte Konrad Zuse in Berlin seinen Rechner Z3, der als erster vollautomatischer und funktionsfähiger Computer der Welt gilt. Der schrankgroße Rechner benötigte rund drei Sekunden für eine Division oder Multiplikation. Er hatte eine Speicherkapazität von 64 Wörtern. Der Z3 wurde im Krieg zerstört, im Deutschen Technikmuseum wurde dieser Nachbau ausgestellt. Der Nachfolger Z4 war der erste kommerziell genutzte Computer.

Fahrplan für die FINANZIERUNG 4.0

Leasen statt kaufen ist auch bei Digitalisierungsprojekten eine Option für Mittelständler

”

MITTELSTÄNDLER MÜSSEN DEN UMGANG MIT WAGNISKAPITAL- GEBERN LERNEN

MICHAEL PACHMAJER, PwC

Rolle – die „Chemie muss stimmen“, sagt Rimpler. Insgesamt läuft der Vertrag fünf Jahre lang. Die monatlichen Raten waren zu Beginn der Projektentwicklung Anfang 2018 niedrig und sind erst mit der Shop-Eröffnung auf die vereinbarte Höhe gestiegen. Am Ende der Vertragslaufzeit will der Kosmetikhersteller die Software zum dann noch offenen Restwert kaufen.

Leasing und das Software-Mietmodell SaaS sind nur zwei der vielen Möglichkeiten für Mittelständler, Digitalisierungsprojekte zu finanzieren. „Beide können eine große Rolle spielen“, sagt Elmar Jakob von der Frankfurter Finanzierungsberatung Iponix Corporate Finance. Zu vor rät der geschäftsführende Gesellschafter allerdings, Fördermittel bei der KfW Bankengruppe oder dem Förderinstitut des jeweiligen Bundeslandes zu beantragen. Diese bekommen Unternehmen unabhängig von ihrer Bonität.

Auch André Knöll hält Fördermittel bei der Finanzierung von digitalen Projekten für wichtig. „Es handelt sich dabei nicht um harte Vermögenswerte wie Gebäude, die Banken per Grundschuld besichern können, sondern oft um weiche Assets“, sagt der Geschäftsführer und Inhaber der Knöll Finanzierungsberatung für Familienunternehmen aus Hamburg. Das kann eine Software sein, eine selbst entwickelte Applikation oder der jeweilige Programmierer. Und es dürfte schwierig sein, eine Bank zu finden, die so etwas finanzieren kann.

Doch wie sollten Mittelständler nach dem Beantragen der Fördermittel vorgehen, wenn sie ein digitales Projekt finanzieren wollen? Iponix-Chef Jakob empfiehlt, erst zu prüfen, ob die Firma die Investition aus eigenen Mitteln stemmen kann. Seiner Wahrnehmung nach bekämen das bereits viele Unternehmen gut aus dem Cashflow hin.

Unter dieser Bedingung ist der Kauf beispielsweise einer Softwarelizenz jedoch nicht immer sinnvoll. Sie wird zwar in der Bilanz als immaterieller Vermögensgegenstand aktiviert und kann abgeschrieben werden. Aber die Gesellschaft braucht auch einen Dienstleister, der die Software einführt und verantwortlich für den Service ist. Und diese Kosten „laufen Monat für Monat durch die Gewinn- und Verlustrechnung“, sagt Jakob. Gerade für kleine Mittelständler kann das schwierig sein.

Reichen die eigenen Mitteln nicht aus oder entscheidet sich das Unternehmen gegen den Kauf, ist der „zweite Schritt, mit der Bank zu sprechen“, sagt der Finanzierungsexperte. Zum Bankgespräch gehören ein Businessplan und eine „gute Digitalisierungsstrategie“, die beschreibt, wie die Firma künftig „mehr Kunden besser versorgen will“. Alternativen

zur Risikoprüfung kämen und Geld gegen Sicherheiten geben, frage ein Leasinggeber, was die Anschaffung eines Kunden „in zehn Jahren noch wert sei“. Hier seien das Objekt selbst und eine gute Bonität meist Sicherheit genug.

Für das Leasing bei Software sollte die Bonität des Unternehmens sogar sehr gut sein. Dews vergleicht derlei Finanzierungen aus risikopolitischer Sicht mit der „Finanzierung von Luft.“ Was bedeutet das? Ein geleastes Auto lässt sich notfalls relativ einfach verkaufen, was bei einer speziell für ein Unternehmen programmierten Software nicht möglich ist.

Was aber ist, wenn die Hausbank oder Leasinggesellschaft abwinkt beziehungsweise die Konditionen aus Sicht des Mittelständlers zu ungünstig sind? Für den Finanzierungsexperten Jakob ist der nächste Schritt Mezzanine – das ist ein Zwitter aus Eigen- und Fremdkapital. Die Rechte des Financiers sind

hier geringer als die eines Eigenkapitalgebers. „Aber Mezzanine ist teuer, da zuckt der Mittelstand“, sagt Jakob. Kommt auch diese Variante nicht in Frage, würde er im letzten Schritt an Eigenkapitalgeber herantreten, ob das nun Beteiligungsgesellschaften sind oder sogenannte Family Offices, hinter denen vermögende Familien stehen.

Finanzierungsberater Knöll hält Mezzanine-Kapital in Form einer stillen Beteiligung, eines Wandel- oder Genussrechtes gerade dann für interessant, wenn das Unternehmen digitales Wachstum finanzieren will: „Dieses Geld steht langfristig und unbesichert zur Verfügung und der Kapitalgeber hat typischerweise keine Stimmrechte.“ Er hebt jedoch die im Vergleich zum Kredit höheren Kosten hervor. Während die Bank 1,5 bis 3,5 Prozent Zinsen verlange, müsse der Mittelständler beim Mezzanine acht bis zehn Prozent zahlen.

Eine für den Mittelstand oftmals noch ungewöhnliche Finanzierungsvari-

ante schlägt Michael Pachmajer von der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft PwC vor: Den Einsatz von Risikokapital. Auch kleinere Mittelständler müssten den Umgang mit Wagniskapital-Gebnern lernen, meint der Experte für Digitalisierung im Mittelstand, denn sie würden ihnen größere Summen für digitale Projekte zur Verfügung stellen, die auch scheitern könnten. „Dazu gehört es, einen Verantwortlichen für Digitales zu benennen und die richtigen Konferenzen und Orte zu besuchen, um die Szene auf sich aufmerksam zu machen.“

Unabhängig von der gewählten Finanzierungsvariante sollten Mittelständler ihr Innovations-Budget dem digitalen Wandel anpassen. Statt es einmal jährlich zu definieren wie bisher, ist Flexibilität gefragt. Wer neue Ideen bei Wettbewerbern und Kunden sieht, sollte laut Pachmajer „sofort reagieren können“. Und das setzt ein Budget voraus, das jederzeit schnell angezapft werden kann.



Abfüllung eines Parfüms in der Dr. Rimpler GmbH (oben), Verladen eines Schwertransports bei Ipsen Logistics (unten)



DR. RIMPLER GMBH / IPSEN LOGISTICS

Mitteln zu finanzieren. Doch dann hätten die Shops dem Geschäftsführer zufolge „nicht in dem Umfang und so professionell“ umgesetzt werden können. Auch eine Finanzierung über die Hausbank kam nicht in Frage, denn diese hielt das Digitalisierungsprojekt für nicht finanzierungswürdig.

Also holte das Unternehmen Angebote für eine Leasing-Finanzierung ein und einigte sich mit Abefinance aus Köln, die auf Leasing und Factoring für Mittelständler spezialisiert ist. Nicht nur die Konditionen spielten dabei eine