



„Absatzfinanzierungen schaffen in erster Linie Planungssicherheit beim Umsatz, eine Erhöhung der Kundenbindung und terminierte Folgegeschäfte.“

SILKE HINZ, Geschäftsführerin bei der abcfinance advise GmbH



Am Handel lernt man den Wandel

Die aus dem Einsatz moderner Technologien resultierenden Arbeitsweisen haben sich im Zuge der Pandemie definitiv etabliert. Insbesondere Handelsunternehmen erleben, wie die Nachfrage nach Flexibilität steigt. Im Gespräch mit FACTS erläutert Silke Hinz, Geschäftsführerin bei abcfinance advise GmbH, wie im Rahmen der Absatzfinanzierung gut durchdachte Miet- und Leasingmodelle Office-Fachhändler dabei unterstützen, neue Geschäftsfelder zu erschließen.

FACTS: Vor dem Hintergrund neuer, hybrider Arbeitsmodelle stehen Office-Fachhändler vor ungewohnten Herausforderungen. Welche sind es?

Silke Hinz: Das papierlose Büro ist in vielen Betrieben durch die Corona-Lockdowns schneller Realität geworden, als sich das viele überhaupt vorstellen konnten. Der ganze Bereich Druck und Kopie, als eines der vermeintlich festen Standbeine der Branche, hat einen erheblichen Rückschlag erhalten. Selbstverständlich wurden andere Bereiche dafür gestärkt. Ich denke da an Scan, Dokumenten-

management und Software. Trotzdem steht die Branche vor einem Paradigmenwechsel. Denn Arbeitgeber wollen und müssen ihren Mitarbeitern jetzt und in Zukunft ein effektives und flexibles Arbeiten sowohl von zu Hause als auch im Büro ermöglichen. Die Branche ist also mit dem extremen Rückgang in dem bis dato wichtigen Druckbereich und mit einer veränderten Nachfrage durch eine veränderte Office-Welt konfrontiert. Hier haben die Händler die Nase vorn, die den Wechsel als Chance begreifen und sich neuen Möglichkeiten zuwenden.

FACTS: Welche neuen Geschäftsfelder kommen denn für die Office-Händler infrage?

Hinz: Viele Händler bringen ein dickes Plus mit in diese Überlegungen. Sie kennen in aller Regel ihre Kunden, deren Bedürfnisse und Räumlichkeiten gut. Es macht also aus Sicht der Händler absolut Sinn, das Angebot für ihre Kunden zu verbreitern und zum Beispiel Büromöbelmiete oder auch den Bereich Heißgetränkeautomaten mit anzubieten.

FACTS: Wie sieht das in der Realität aus? Kennen Sie Beispiele?

Hinz: Ja. Genau das macht zum Beispiel die Firma Sharp, mit welcher wir eng zusammenarbeiten. Ganz im Sinne der Diversifizierung setzt das Unternehmen, das noch immer stark im MFP-Geschäft tätig ist, auch auf neue Ertragsquellen, die unabhängiger und sicherer machen. Die Kunden von Sharp wollen sich in Zeiten, in denen Flexibilität gefragt ist, nicht an investitionsintensive Büromöbel binden. Die Abschreibungsmöglichkeiten in diesem Bereich sind darüber hinaus äußerst unattraktiv. Soll flexibler Arbeitsraum entstehen, etwa für Projektteams oder Desksharing, dann ist die Miete der Möbel eine glänzende Idee.

Sharp setzt darüber hinaus auf sein „Pay per Cup“-Konzept. Gemeinsam mit dem Kaffeespezialisten JURA bietet das Unternehmen ein Rundum-sorglos-Paket inklusive Service, War-

tung und der Versorgung mit Kaffee an. Dies ist ein weiterer Meilenstein, um den Kunden vermehrt die ganze Office-Welt aus einer Hand anzubieten. Gerade mittelständische Kunden schätzen dies sehr, denn sie müssen sich um nichts weiter sorgen und können sich somit um ihre Kernkompetenzen kümmern.

FACTS: Inwiefern unterstützt Absatzfinanzierung die Office-Fachhändler bei der Erschließung der durch New Work neu entstehenden Geschäftsfelder?

Hinz: Die Devise heißt auch hier wie so oft: „Nicht das Rad neu erfinden!“ Auch die neuen Services müssen finanziert werden. Da hilft es dem Händler, wenn man auf bekannte und erprobte Konzepte zurückgreifen kann. Mietverträge kennen die Office-Händler seit langer Zeit aus der Zusammenarbeit mit Leasingpartnern wie uns. Ersetzt man hier das Objekt Drucker durch den Bürostuhl, dann ist das also für den Vertrieb nichts grundlegend Neues. Auch die praktische Inkludierung von Wartung und Service kann wie auch bei der Vermietung von Office-Technik übernommen werden.

Für den Bereich Kaffee hilft ebenfalls eine Finanzierungsform, die sich einfach kopieren lässt. Die volumenabhängige Abrechnung kennt der Office-Händler aus der flexiblen Vergütung pro Seite. Analog zur Abrechnung pro Seite zahlt der Kunde beim „Pay per Cup“ pro ausgegebene Tasse. Auch hier kann man sich somit bekannter Finanzierungen bedienen. Finanzpartner wie wir können also mit der Übertragung von

Finanzierungskonzepten beim Erschließen neuer Geschäftsfelder durchaus behilflich sein.

FACTS: Welche besonderen Anforderungen haben Office-Fachhändler an Absatzfinanzierung derzeit?

Hinz: Von unseren Händler-Partnern bekommen wir derzeit gespiegelt, dass vor allem die rasche Liquidität und die Sicherheit, dass das Geschäft zustande kommt, besonders geschätzt werden. Den Kaufpreis erhält der Händler in der Regel binnen 24 Stunden nach Lieferung und Übernahme durch den Kunden ausbezahlt. Auch die feste Finanzierungszusage vor Abschluss des Geschäfts lässt viele ruhiger schlafen, denn es sind noch immer sehr bewegte Zeiten. Absatzfinanzierungen schaffen in erster Linie Sicherheit – Planungssicherheit beim Umsatz, eine Erhöhung der Kundenbindung und terminierte Folgegeschäfte.

FACTS: Und welche neuen Ansprüche legen Kunden an den Tag?

Hinz: Wie auch in vielen anderen Bereichen spielt die Geschwindigkeit immer mehr eine ganz entscheidende Rolle. Die Kunden erwarten schnelle Lösungen. Wir begegnen diesem Wunsch mit der weiteren Digitalisierung unserer Produkte und Prozesse. Daneben geben wir unseren Händlern ein Höchstmaß an passgenauen Vertragsmodellen an die Hand, ohne dass es zu kompliziert wird. Die Vereinbarungen mit den Kunden lassen sich genau auf deren Bedürfnisse abstimmen.

FACTS: Wie unterstützt abcfinance die Handelspartner beim Erfüllen sowohl der eigenen als auch der Kundenanforderungen?

Hinz: Wir unterstützen unsere Händler schnell, digital und persönlich. Finanzierungsentscheidungen erfolgen innerhalb von 24 Stunden, wenn alle erforderlichen Informationen vorliegen. Der Händler nutzt unser flexibles Onlineportal für die Vertragserstellung und -verwaltung und kann so per Smartphone ein persönliches Angebot für den Kunden ausarbeiten und direkt per Mail verschicken – noch während des Kundengesprächs. Wir bieten darüber hinaus auch immer einen persönlichen Ansprechpartner für alle offenen Fragen.

FACTS: Wie sehen Sie künftige Entwicklungen im Office-Fachhandel?

Hinz: Die Besetzung neuer, für den Kunden wichtiger Themenfelder führt dazu, dass sich der Office-Fachhändler immer mehr zum Fachberater für die Kunden entwickeln wird. Hatten die Händler in der Vergangenheit nur ihr Gewerk im Blick, können sie heute ganzheitliche Lösungen präsentieren. Wie am Beispiel von Sharp gezeigt, können so technische Infrastruktur, Möbel und Getränkeversorgung sowie Präsentationstechnik aus einer Hand kommen. Zusätzliche Erweiterungen des Angebots sind nicht unwahrscheinlich und können mit cleveren Finanzierungskonzepten von uns begleitet werden.

Graziella Mimic ■

info

Sharp Business Systems Deutschland GmbH

Von Anfang an verfolgte Sharp den Ansatz, stets innovative Wege zu gehen. So unterhält das Unternehmen seine Büroeinrichtungssparte bereits seit langer Zeit. Vor dem Hintergrund der starken Nachfragesteigerung nach flexiblen Lösungen im Rahmen von Homeoffice und New Work erhält der Bereich vor allem bei der kurzfristigen Vermietung jedoch eine neue Bedeutung. Büro- und Objektausstattung erfolgen dann aus einer Hand: Büromöbel, „Pay per Cup“ und zum Beispiel auch Luftreinigungsgeräte, die im Moment ein brandaktuelles Thema sind, können so ganz flexibel vom Kunden genutzt werden und dies auch auf Zeit.



„Unsere Kunden wünschen sich von uns maximale Flexibilität. Gemeinsam mit abcfinance können wir sie ihnen bieten und sorgen somit nicht nur für vielfältige Angebote aus einer Hand, sondern sind auch in der Lage, dies alles im Rahmen einer Finanzierung umzusetzen.“

KAI SCOTT, Geschäftsführer der Sharp Business Systems Deutschland GmbH