



SCHNELLER ZUR KAUFENTSCHEIDUNG

Nicht nur für Händler, sondern auch Hersteller, etwa aus dem Bereich Maschinenbau, ist Absatzfinanzierung interessant.

WIE ABSATZFINANZIERUNG DEN UMSATZ ANKURBELT

Soll ich meinen Kunden eine Absatzfinanzierung anbieten? Viele mittelständische Unternehmen tun sich nach wie vor mit dem Thema schwer, fürchten Komplexität und sehen die Thematik zu weit entfernt vom Kerngeschäft. Doch das Gegenteil ist der Fall, wie Thomas Büchler, Mitglied der Geschäftsleitung bei „abcfinance advise“, im Interview betont.

Wie funktioniert eine Absatzfinanzierung?

Bei der Absatzfinanzierung nimmt die Finanzierung den Weg über den Verkäufer eines Produkts, der diese gleich mit anbietet. Viele kennen etwas Ähnliches für Privatpersonen aus dem Elektrofachmarkt, wo man ein Gerät auch über eine Ratenzahlung erwerben kann. Wir sprechen aber vom gewerblichen Kunden von Händlern und Herstellern, die mobile Wirtschaftsgüter vertreiben. Als Leasinggesellschaft finanzieren wir den Anschaffungspreis einer Ware oder einer Software, binden fallweise Installations- und Transportkosten bei Lieferung oder Wartungs- und Servicepakete während der Laufzeit mit ein. Nach Abschluss zahlt der künftige Nutzer entsprechende Leasingraten über eine vereinbarte Laufzeit an uns.

Was hat der Händler oder Hersteller davon?

Der Verkäufer erhält von uns sofort den uns in Rechnung gestellten Kaufpreis und kann die Liquidität gleich innerhalb seines Geschäftsbetriebs wieder einsetzen. Wir sind am Markt auch dafür bekannt, dass wir kleinere Investitionen für unsere Partner und deren Kunden finanzieren. Das können etwa Bürotechnik oder kleine Maschinen ab 1.000 Euro sein. Manche Anbieter winken hier gleich ab. Unabhängig davon, was der Kunde finanziert – der Leasingkunde erhält

seine finanzielle Schlagkraft durch Schonung seiner Liquidität, und durch diesen Freiraum weiterhin Unabhängigkeit für noch anstehende Entscheidungen in seinem Unternehmen. Das alles bekommt er auf seine Geschäftssituation passend zur Verfügung gestellt.

Wie lässt sich mit Absatzfinanzierung der Umsatz konkret steigern?

Das Allerwichtigste ist, dass Unternehmerinnen und Unternehmer mit einer Absatzfinanzierung einen zusätzlichen Nutzen generieren, den sie über einen eigenen Vertriebskanal besonders gut steuern können. Denn dieses Instrument hat vor allem vier Effekte. Zu nennen ist erstens der Liquiditätsaspekt. Händler und Hersteller können ihren Kunden die Investitionsentscheidung über eine Direktanschaffung wesentlich erleichtern, da aus einem großen Anschaffungspreis ein Ratenplan mit kleinen, auf den Nutzungszeitraum verteilten, Raten wird. Die Kosten fallen also in dem Zeitraum an, in dem auch die Erträge damit generiert werden. Gleichzeitig wird die Liquidität des Kunden im Zeitraum der Investitionsentscheidung geschont. Zweitens gewinnt der Leasingkunde Sicherheit für Unvorhersehbares. Das Angebot eines zusätzlichen Finanzierers ermöglicht es dem finanzierenden

Unternehmen, seine Hausbanklinie für plötzliche Eventualitäten und Ereignisse freizuhalten. In den vergangenen zwei Jahren haben uns die Pandemie und aktuell die Krise in Osteuropa vor Augen geführt, wie wichtig in solchen Zeiten eine unbelastete, vertrauensvolle und stabile Verbindung zur Hausbank ist.

Drittens festigt Absatzfinanzierung die Kundenbindung. Eine gute Beratung und Produktqualität führt in vielen Fällen dazu, dass der Kunde von sich aus erneut auf den Händler oder Hersteller zugeht. Das Angebot der Absatzfinanzierung bei jedem Verkaufsgespräch unterstützt dies erheblich. Bei Abschluss einer Finanzierung habe ich als Unternehmerin oder Unternehmer über die gesamte Laufzeit hinweg die Gelegenheit, mit dem Kunden im Kontakt zu bleiben. Ich kann ihm etwa neue Angebote und Zusatzleistungen offerieren, und ihn und seine Bedürfnisse noch viel besser kennenlernen. Wir nennen das „den Umsatz der Zukunft planbar machen“. Und last but not least der direkte Mehr-Verkauf – auch „Up-Selling“ genannt: Wenn der Kunde den ganzen Preis nicht auf einmal zahlen muss, hat er je nach Auftragslage auch die Chance, das gleiche oder ein anderes zusätzliches Produkt aufgrund der Liquiditätsschonung zu erwerben. Unser Vertriebspartner, Händler oder Hersteller verhilft damit dem Kunden möglicherweise auch zu einem weiteren Umsatzsprung.

Hersteller und Händler haben teils noch Berührungsängste, was die Handhabung dieses Instruments betrifft: Der Kunde könnte Fragen stellen, die man in diesem Zusammenhang vielleicht nicht gleich beantworten kann. Das fällt einer Verkäuferin oder einem Verkäufer, welcher in seinem Produkt über eine hohe Kompetenz verfügt, schon einmal schwer. Daher kann ich nur empfehlen, einen professionellen Finanzierungspartner mit ins Boot zu holen, der auf diesem Gebiet über die entsprechende Expertise verfügt, und an den man entsprechende Fragen weiterleiten kann. Wir unterstützen hier sehr gerne, auch im direkten Gespräch mit den Kunden. Der vielen Geschäftschancen sollten man sich deswegen nicht berauben.

Für welche Unternehmen ist Absatzfinanzierung besonders interessant?

Interessant ist es für alle Hersteller und Händler im B2B-Bereich, die mobile Wirtschaftsgüter Produkte vertreiben, die leasingfähig sind. Als Beispiele kann man neben dem allseits bekannten Firmenfahrzeug auch Möbel, Gastronomie-Einrichtung, Bürotechnik, Maschinen und Logistiktechnik nennen.

Das heißt, Sie finanzieren so gut wie alles?

Ja. Viele wissen nicht, was man alles durch Leasing finanzieren kann. Am besten ist, man meldet sich einfach kurz telefonisch bei uns, um die vielen Möglichkeiten mit uns abzustimmen. Sie würden wahrscheinlich nicht denken, dass wir auch Wirtschaftsgüter mit kleinen Anschaffungssummen, wie Papierspender, Reinigungs- oder Servierwagen, finanzieren. Die Bandbreite ist sehr groß. Umso bedeutender das Invest ist, umso höher ist auch der Beratungsbedarf. Wichtig ist dabei, dass der mit uns kooperierende Händler oder Hersteller immer die führende Stellung in der Geschäftsverbindung zu seinen Kunden hält. Danach orientieren wir uns, das ist unser Maßstab.

Was waren die außergewöhnlichsten Produkte, die Sie mit diesem Instrument bis jetzt finanziert haben?

Da gab es einige. Wir haben beispielsweise schon Legehennen, Milchkühe, Rettungsfahrzeuge, eine Achterbahn oder einen englischen Doppeldeckerbus mit integriertem Labor finanziert.



Abb.: abcfinance

Thomas Büchler ist Mitglied der Geschäftsleitung bei „abcfinance advise“.

Inwieweit lässt sich in die Leasingraten auch der Service der Hersteller und Händler mit einberechnen?

Das ist definitiv ein Thema. Wartung oder Services lassen sich in Mietverträgen, bei IT-Technik auch in Leasingverträgen mit einkalkulieren. Die Miete hat den großen Vorteil, dass sie sich losgelöst von Abschreibungsvorgaben gestalten lässt. Das heißt, dass sowohl kurze Laufzeiten ab zwölf Monaten, aber auch lange Laufzeiten möglich sind. Ersteres erhöht sich aufgrund übersichtlicher Vertragsbindung die Entscheidungsfreudigkeit des Kunden, letzteres ermöglicht einen Zugewinn an Kundenbindung für den Vertriebspartner. Zudem können während der Laufzeit Veränderungen am Objekt sehr flexibel in den bestehenden Vertrag eingebaut werden. Braucht der Kunde zum Beispiel ein neues Anbauteil oder Zubehör, kann die Anpassung in den Mietvertrag gleich erfolgen. Das ist vor allem für Produkte interessant, deren Nutzung sich im Laufe der Zeit verändert. Die Einbindung solcher Services bewirkt auf Kundenseite ein hohes Maß an Sicherheit und Zufriedenheit. Da geht es dann um Dinge wie eine zeitnahe Reparatur oder einen raschen Austausch des Produkts. Auch auf das Produkt zugeschnittene Versicherungsleistungen, die zum Beispiel auch Eigenverschuldung und Vandalismus zu vernünftigen Konditionen berücksichtigen, werden in den Finanzierungsmodellen von abcfinance abgebildet. Das heißt letztlich, dass sich der Kunde voll und ganz auf den optimalen Einsatz des finanzierten Objekts konzentrieren kann. Für alles andere ist gesorgt. ■

www.abcfinance.de

HENDRIK FUCHS