



Was für mieten oder leasen spricht: ein Plus an Flexibilität bei klarer, monatlicher Kostenstruktur.

DIE TRENDS BEI DER BESCHAFFUNG

WIE DIENSTLEISTER IHRE MASCHINEN FINANZIEREN

Kauf, Miete oder Leasing – wie werden Reinigungsmaschinen heute beschafft? Welche Kriterien sind dabei maßgeblich? Welche Entwicklungen zeichnen sich mit Blick in die Zukunft ab? Wir haben uns in der Branche umgehört.

Reinigungsmaschinen über einen bestimmten Zeitraum hinweg zu mieten oder zu leasen, ist nichts grundlegend Neues. Bei Hako aus Bad Oldesloe beispielsweise werden alternative Finanzierungsmöglichkeiten zum Kauf bereits seit rund 25 Jahren angeboten. Schon damals hat man nach Aussage von Günter Cottaeus, Vertriebsleiter Deutschland, „einen Bedarf an zeitlich befristeten Lösungen erkannt, die beispielsweise Nachfragespitzen viel wirtschaftlicher abfangen, als kostspielig Reserve-Reinigungsmaschinen zu unterhalten. Zudem wirken Leasing und Miete liquiditätsfördernd und ermöglichen eine

schnellere Reaktion auf Neuerungen am Markt.“

Ungeachtet dessen war Kauf noch lange das dominierende Finanzierungsmodell der Dienstleister. In jüngster Zeit allerdings ist Cottaeus zufolge ganz klar eine Verschiebung hin zu Miet- und Leasingmodellen zu beobachten: „Auftragszeiten werden kürzer, Auftragsvolumen kleiner und Unternehmen sehen sich verstärkt mit unerwarteten Markteinflüssen wie den Auswirkungen der Corona-Krise konfrontiert – da helfen alternative Finanzierungsmöglichkeiten, das Risiko des Auftragnehmers zu senken.“ Zwar würden kleinere

Maschinen nach wie vor fast immer noch gekauft, große Maschinen hingegen bevorzugt geleast oder gemietet. In Zahlen heißt das: Die Mietquote beläuft sich bei Hako mittlerweile über alle Maschinen auf 50 %, 15 % werden geleast und nur noch ein Drittel wird von den Dienstleistern klassisch gekauft.

Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei Numatic (Hannover). Im Bereich der Scheuersaugmaschinen liegt der Mietanteil laut Verkaufsleiter Heiko Falk ebenfalls bereits bei rund 50 %. Eine starke Tendenz Richtung Miete zeige sich zudem bei den batteriebetriebenen Nass- und



Der Eigentumsgedanke geht auch in Deutschland zugunsten des Nutzungsgedankens zurück.

Achim Becker, Kärcher Financial Solutions

Trockensaugern, hier beträgt der Anteil aber noch unter 10 %. Im Schwabenland bei Kärcher hat man ebenfalls registriert, dass im Professional-Bereich der Eigentumsgedanke bei den Kunden immer mehr zugunsten des Nutzungsgedankens zurückgeht, und darauf im Jahr 2021 mit der Gründung einer eigenen Finanzierungsgesellschaft – der Kärcher Financial Solutions GmbH – reagiert.

Über eine hauseigene Vermietungsgesellschaft verfügt auch Treysse, Hersteller von Wäschereitechnik. Entsprechende Finanzierungsmodelle werden hier bereits seit 2004 angeboten. „Dadurch, dass wir unsere Mietverträge nicht an eine Leasingbank verkaufen, sind wir in unserer Vertragsgestaltung natürlich unheimlich flexibel“, merkt Geschäftsführer Erik Treyße dazu an und ergänzt: „Anfangs wurden unsere Mietmodelle eher zur Überbrückung von Liquiditätsengpässen guter Kunden genutzt. Seit ungefähr zehn Jahren geht der Trend insbesondere in der Gebäudedienstleisterbranche aber eindeutig zu Vollservice-Mietlösungen. Gegenüber dem reinen Kauf bedeuten Vollservice-Mietmodelle ein Plus an Flexibilität bei klarer, monatlicher Kostenstruktur – ohne dass man sich über eventuelle Folgekosten Gedanken machen müsste. Insbesondere auch für Neugründer beziehungsweise kleinere Betriebe ist die Miete eine gute Möglichkeit, sich bei überschaubarem Investment professionelle Maschinenteknik anzu-

schaffen. Inzwischen beträgt der Anteil an Mietaufträgen in Bezug auf unseren Gesamtumsatz deutlich über 50 % – Tendenz steigend.“

WANN KAUFEN, WANN MIETEN/ LEASEN?

Eine pauschale Antwort auf die Frage, in welchen Fällen sich Dienstleister konkret für Leasing oder Miete anstelle eines

Kaufs der Maschine entscheiden sollten, lässt sich laut Achim Becker, Leiter der Kärcher Financial Solutions, nicht geben. Vielmehr komme es stark auf den Dienstleister, seinen individuellen Bedarf und auf dessen eigene Kundenstruktur an: „Es kann zum Beispiel sein, dass die Betreuung eines neuen Kunden ansteht, für den Gebäudedienstleister aber zu diesem Zeitpunkt noch unklar ist, ob er den Kunden dauerhaft binden beziehungsweise das Objekt langfristig betreuen kann. In so einem Fall ist Leasing eine sehr gute Möglichkeit, denn ich halte die Kosten kalkulierbar und muss nicht auf einen Schlag viel investieren. Sinnvoll kann Leasing auch sein, wenn ich einen zeitlich befristeten Vertrag habe und die dafür benötigten Maschinen und Geräte nach Vertragsende nicht andernorts einsetzen kann.“

Nicht zuletzt für Gebäudedienstleister, die ihren Maschinenpark stets auf dem aktuellen Stand halten möchten, sei diese Art der Finanzierung eine gute Option –

zum Ende des Vertrages könne man die Maschinen austauschen und bekomme die jeweils neuesten Modelle für eine neue Vertragslaufzeit.

Gerade wenn es um die Anschaffung innovativer Reinigungstechnik wie der Robotik geht, raten die Hersteller ebenfalls gern zu Miete/Leasing. „Denn technologisch fortschrittliche Maschinen wie autonome Reinigungssysteme erhöhen die Investitionssumme für Neuanschaffungen. Durch individuelle Miet- und Leasingoptionen werden die modernen Hightech-Lösungen für die Kunden leichter verfügbar“, argumentiert Günter Cottaeus (Hako). Nach wie vor zum Kauf rät er bei langfristiger Nutzung einer Maschine, um Gebühren und Zinslast zu senken. Ebenso, wenn der Dienstleister die Möglichkeit hat, den Service für seine Maschinen selbst durchzuführen und seinen Maschinenpark zu managen, da er in diesem Fall keinen Serviceintervallen unterliegt. Ähnlich äußert sich Heiko Falk von Numatic: „Bei Objektlaufzeiten über vier Jahre kann ein Kauf kostengünstiger für die Dienstleistenden sein, ansonsten ist eine Miete in der Regel sinnvoller.“

Ausschließlich auf autonome Reinigungstechnik ist das noch relativ junge Unternehmen Fenka Robotics fokussiert. Das Berliner Start-up ist zwar selbst kein Hersteller, berät und unterstützt aber Ge- ▶



Leasing und Mietmodelle wirken liquiditätsfördernd und ermöglichen eine schnellere Reaktion auf Neuerungen am Markt.

Günter Cottaeus, Hako



Entscheidend ist ein einfacher Prozess – sowohl für den Mietenden als auch für den Vermietenden.

Heiko Falk, Numatic

bäudedienstleister bei der Integration der neuen Technik und bietet Reinigungsroboter diverser Hersteller im Full-Service-Modell an. Geschäftsführer Moritz Fendt über seine bisherigen Erfahrungen in puncto Finanzierung: „Etwa 90 % unserer Kunden entscheiden sich anfangs für Mietmodelle. Meist dauert es einige Wochen bis Monate, bis Unternehmen vom Thema Robotik überzeugt und begeistert sind. Sobald dies der Fall ist und sofern bei den Gebäudedienstleistern auch ausreichend finanzielle Ressourcen vorhanden sind, sehen wir zwar vermehrt auch Käufe. Der Großteil der Kunden entscheidet sich jedoch langfristig und in der Skalierung von Robotik für unser Mietmodell.“

DER UNTERSCHIED LIEGT IM DETAIL

Auch wenn sich die Argumente der Hersteller pro Leasing/Miete nicht wesentlich unterscheiden, so gibt es doch im Detail Unterschiede bei den angebotenen Finanzierungskonzepten. „Wichtig ist uns, dass unsere Lösungen transparent sind und unseren Kunden möglichst viel Freiraum bieten“, sagt beispielsweise Achim Becker von Kärcher Financial Solutions und wird konkret: „Zum Beispiel verlängert sich bei uns ein Leasingvertrag nicht automatisch, sondern nur nach Rücksprache mit dem Kunden. Grundsätzlich bieten wir die Option, Raten flexibel zu gestalten oder einen Vertrag zu unterbrechen. Verliert ein Kunde ein Projekt und kann dies nachwei-

sen, schaffen wir die Möglichkeit, dass er innerhalb eines Zeitraums von drei Monaten aus dem Vertrag entbunden wird. Das sind alles Punkte, die im Finanzierungsgeschäft nicht unbedingt üblich sind.“

Hako bietet seine Miet- oder Leasingverträge ausschließlich mit All-Inclusive-Service an. „So werden die Maschinen regelmäßig gewartet und der Dienstleister braucht sich um nichts zu kümmern, die

Maschine ist also immer voll einsatzbereit. Zusätzlich erhalten unsere Kunden eine Maschinenbruchversicherung, die sie unter anderem auch gegen Bedienfehler absichert“, argumentiert Günter Cottaues. Auch Heiko Falk von Numatic sieht insbesondere beim Thema Service die Möglichkeit, sich zu differenzieren: „Unsere verschiedenen Serviceoptionen lassen sich individuell zur Mietrate hinzubuchen, eine Maschine kann aber auch ohne Serviceoption gemietet werden. Bei unseren Scheuersaugmaschinen geben wir zudem zukünftig über die Gesamtlaufzeit der Miete eine Garantie auf die Batterien – und zwar bis zu acht Jahre mit der jeweiligen Serviceoption. Somit ist ein Tausch der Batterie nach rund drei Jahren nicht mehr notwendig. Dies ist nach unserem Kenntnisstand einzigartig.“

Eine Besonderheit auf dem Gebiet der Waschmaschinen ist laut Erik Treyße der Maschinentausch nach 48 beziehungsweise 60 Monaten, der in den Langzeit-

Mietmodellen des Herstellers vorgesehen ist. „Das bedeutet, dass die Kunden nach halber Laufzeit eine nagelneue Maschine bekommen. Die ausgetauschte Maschine geht aber nicht etwa in den Schrott, sondern wird in unserer firmeneigenen Gebrauchtmaschinenaufbereitung vollständig generalüberholt und erhält somit ein zweites Leben – oftmals in anderen Branchen wie zum Beispiel in SB-Waschsalons.“

Als ein Vorreiter in der Branche, speziell im Bereich Robotik, sieht sich auch Fenka. „Unsere eigenen Techniker sind deutschland- und österreichweit in der Lage, Roboter innerhalb von maximal zehn Werktagen zu installieren“, sagt Geschäftsführer Moritz Fendt und führt weiter aus: „Darüber hinaus garantieren wir Reparaturen oder den Austausch von Geräten innerhalb von maximal drei Werktagen. Dank modernster Cloudtechnologie können wir uns dabei jederzeit auf die Roboter schalten und Fernwartungen durchführen. All dies ermöglicht es uns am Ende, Hardware im ‚as-a-Service‘-Modell anzubieten. Darüber hinaus ermöglichen wir in unserer Flexmiete eine sehr kurze Kündigungsfrist von nur einem Monat. Dies erlaubt unseren Kunden, die Roboter risikofrei zu testen, und schafft gleichzeitig die Flexibilität, jederzeit zu kostengünstigeren, langfristigen Modellen zu wechseln.“



Nicht selten scheitern moderne IoT-Ansätze an der technischen Erreichbarkeit über eine Einbindung ins lokale Datennetzwerk.

Erik Treyße, Treysse

WAS ES AN TECHNIK BRAUCHT

Moderne Miet-/Leasingmodelle inklusive der damit einhergehenden Serviceangebote lassen sich nur realisieren, wenn maschinenseitig die dafür notwendigen technischen Voraussetzungen vorhanden sind. „Definitiv braucht es die Möglichkeit, Maschinendaten zu erfassen. Die Maschinen und Geräte müssen also IoT-fähig sein, sprich: Sie müssen internetfähig sein und sich tracken lassen. Somit ist immer klar, wo sich die Maschine befindet und wie sie



Pay-per-Use-Modelle sind nach unserer Erfahrung Stand heute noch nicht massentauglich.

Moritz Fendt, Fenka Robotics

eingesetzt wird“, erläutert Achim Becker (Kärcher) und spricht damit auch für die anderen Maschinenhersteller.

Aus einer erhöhten Nutzung lasse sich dann beispielsweise ableiten, dass eine Wartung frühzeitig nötig ist. „Durch ein solches Predictive-Maintenance-Konzept in Kombination mit entsprechenden Serviceleistungen oder Technologie-Updates sind die Maschinen immer auf dem aktuellen Stand und zu 100 % leistungsbereit – im Leasing ein sehr relevanter Punkt. Die Interaktion mit Betreibern und Nutzern liefert uns darüber hinaus wertvolles Feedback, das in die Optimierung von Produkten und die Entwicklung von Innovationen einfließt“, so Becker weiter.

Günter Cottaeus weist in diesem Zusammenhang auf den zusätzlichen Nutzen eines weiteren IoT-Bausteins hin – und zwar

auf ein modernes Flotten-Management, über das sich die mittels Sensorik erfassten Werte über Verschleiß, Temperatur, Betriebsstunden und weitere spezifische Leistungsparameter der angebotenen Maschinen zentral in einer Oberfläche überwachen lassen. Servicetechniker erhalten so ortsunabhängig und stets aktuell Zugriff auf die gesamte Service- und Wartungshistorie. Eine solche Lösung schaffe letztlich die Grundlage für noch tiefer gehende Analysen und eine weitere Optimierung der Maschineneinsätze.

Dies alles funktioniert jedoch nur, wenn eine wesentliche Grundvoraussetzung gegeben ist: die datentechnische Erreichbarkeit über eine Einbindung ins lokale Datennetzwerk. Sollte aus technischen oder datenschutzrechtlichen Gründen eine WLAN-Anbindung nicht möglich sein, lassen sich beispielsweise die von Fenka eingesetzten Roboter auch mit SIM-Karten ausrüsten, um eine zuverlässige Datenkommunikation zu gewährleisten. Gerade bei Waschmaschinen gestaltet sich die

Sicherstellung der Konnektivität über WLAN-Netze mitunter schwierig, „da diese Maschinen sehr oft in Kellern und Lagerräumen ohne Netzwerkanbindung stehen“, gibt Erik Treyße zu bedenken.

WAS KOMMT NACH MIETE/LEASING?

Dass die Beschaffung über Miet- beziehungsweise Leasingangebote gerade in Zeiten wirtschaftlicher Unwägbarkeiten noch viel mehr an Bedeutung gewinnen wird, sind sich die von uns befragten Anbieter jedenfalls einig. Doch sind daneben in Zukunft noch weitere Ansätze vorstellbar – zum Beispiel das sogenannte Pay-per-Use? Das heißt: Der Kunde bezahlt nicht mehr für die Reinigungsmaschine an sich, sondern lediglich für die tatsächlich in Anspruch genommene Nutzung (Maschinenstunden) respektive für die

mit der Maschine tatsächlich gereinigte Fläche (X Euro/Quadratmeter).

In Branchen wie etwa der Luftfahrt gibt es bereits entsprechende Konzepte: So verkauft Rolls Royce im Rahmen seines Geschäftsmodells Power-by-the-Hour nicht mehr das Triebwerk an sich an die Airline, sondern Schubstunden. Kostenfaktoren wie Betrieb, Wartung und Reparatur sind im Preis bereits enthalten. Ein weiteres Beispiel aus der Industrie: Beim Pay-per-Use-Modell für Druckluft kauft der Kunde nicht mehr den Kompressor, sondern zahlt rein für die tatsächlich verbrauchte Druckluft.

Bei Kärcher wird Pay-per-Use bereits angeboten, seit die Financial Solutions GmbH am Markt ist – „schlicht, weil Kunden daran interessiert sind und dieses Modell zu einem vollständigen Portfolio gehört“, berichtet Achim Becker und ergänzt: „Auch dafür ist die IoT-Fähigkeit der Maschinen notwendig. Wenn ein Kunde den Bedarf hat, können wir sogar die Verbrauchsmaterialien über Pay-per-Use abrechnen.“

Auch Fenka hat Reinigungsroboter anfänglich im Pay-per-Use-Modell angeboten. Hier haben Kunden lediglich einige Cent für jeden gereinigten Quadratmeter bezahlt. „Stand heute ist dieses Modell jedoch leider noch nicht massentauglich“, glaubt Geschäftsführer Moritz Fendt, denn: „Dienstleister oder auch Endkunden wählen bei großen Flächen lieber Roboter im Kauf, zur Miete oder zum Leasing und greifen lediglich bei kleinen Flächen auf Roboter im Pay-per-Use-Modell zurück. Somit sind die Interessen von Verkäufer und Käufer nicht dieselben.“

Fest etabliert ist Pay-per-Use hingegen in der SB-Waschsalon-Branche, in der sich Treysse in Deutschland als Marktführer sieht. „Bargeldlose Bezahlmodelle und die systematische Überwachung jeder einzelnen Maschine mit einer ständigen Datenübermittlung über ein eigenes Netzwerk sind hier seit Jahren gängige Praxis“, so Erik Treyße. Voraussetzung sei aber auch hier eine stabile Internetverbindung vor Ort. Ist dies sichergestellt, wären Pay-per-Use-Modelle für ihn in Zukunft durchaus auch im Umfeld der Gebäudereinigung denkbar. ■

rationell reinigen

guenter.herkommer@holzmann-medien.de