

Kaufst du noch oder least du schon?

Ohne durchdachte IT-Strategien können Unternehmen im Markt nicht nachhaltig bestehen. Doch stehen sie heute und nicht zuletzt seit der Rezession unter immensm Kostendruck. Da kann die Finanzierung der IT-Ausrüstung schon Probleme mit sich bringen.



Vor dem Hintergrund des konjunkturellen Abschwungs sehen sich Unternehmen mit einem stets steigenden Kostendruck konfrontiert. Wirtschafts-

weit herrscht quer durch alle Branchen Sparzwang. Und in vielen Firmen regiert die Angst vor dem Rotstift, dem viele Investitionen und Neuanschaffungen derzeit zum Opfer fallen.

Die IT-Abteilungen trifft es besonders hart. Sie stehen vor dem Dilemma, einerseits die Aufwendungen drastisch reduzieren zu müssen, andererseits die Anforderungen, die eine gut verstandene IT-Strategie an ein Unternehmen stellt, zu erfüllen. Wie diese Gradwanderung zu schaffen ist, fragen sich viele. Und die Suche nach der Antwort sorgt in manch einer Führungsetage für heftige Kopfschmerzen. Selbst bei kleineren Anschaffungen wie einem neuen Druck- oder Kopiersystem wird mitunter tagelang hin und her diskutiert: Ist die Anschaffung wirklich notwendig? Gibt es das Gerät günstiger? Sollten wir den Kauf besser ins kommende Jahr verschieben? Und wie wollen wir das überhaupt finanzieren? ➤

› Um notwendige Investitionen tätigen zu können, sind Alternativen gefragt. Eine hat sich bewährt: Leasing. In mehr als 45 Jahren, in denen Leasing in Deutschland vorhanden ist, konnte die Branche in schwächeren Phasen der Wirtschaft ihre Marktanteile stets deutlich steigern. Nicht ohne Grund, denn Unternehmer müssen im Rahmen eines solchen Finanzierungsmodells keine Liquidität aus der Firma entnehmen und die Kreditlinien und bankmäßigen Sicherheiten bleiben unberührt. Letzteres ist allerdings nur der Fall, wenn die Betriebe nicht über ihre Hausbank leasen. Dort wird nämlich der Kreditrahmen um jeden Finanzierungsbetrag geschmälert, was im Fall eines Kreditbedarfs den Spielraum einengt.

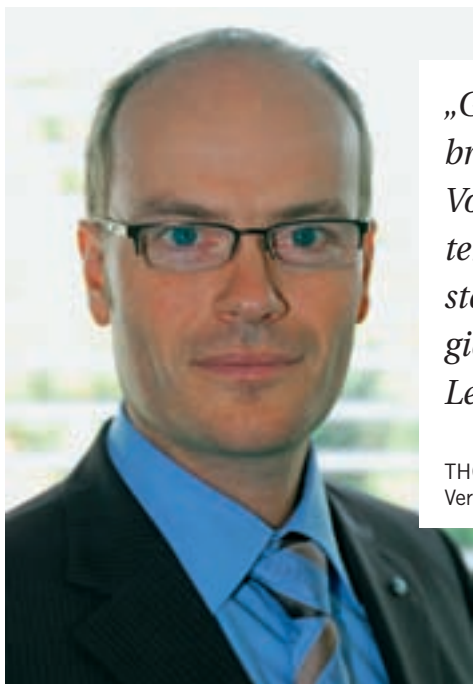
„Überhaupt sind in von Krisenstimmung geprägten Zeiten die Möglichkeiten der Kreditvergabe sehr begrenzt“, erklärt Thomas Nickenig, Verkaufsdirektor Vertriebsleasing bei MMV, und bestätigt: „Leasing bietet den Unternehmen eine gute Alternative zur traditionellen Finanzierung.“ Es scheint, als ob die Botschaft angekommen sei. Einer Mitteilung des Bundesverbands Deutscher Leasing-Unternehmen zufolge realisierten mit 1,7 Millionen neuen Leasingverträgen im Jahr 2008 rund zwei Drittel aller Unternehmen in Deutschland einen großen Teil ihrer Investitionen über Leasing. Und laut einer Untersuchung des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung liegt der An-

teil von Leasing an fremdfinanzierten Anlagen derzeit bei 54 Prozent.

Gerade Mittelständlern erlaubt Leasing trotz Rezession, die nötigen Investitionen zu finanzieren, und immer mehr Unternehmen fragen sich inzwischen, ob es sich nicht lohnt, die kostenaufwändigen IT-Produkte und -Services zu leasen statt zu kaufen. Im Bereich der Hardware wird dies bereits seit längerer Zeit getan. Und auch der Softwarebereich holt auf. So sagen die Experten des Marktbeobachters IDC dem Leasing von Software und Services bis 2011 einen Anteil von 44 Prozent voraus. Bereits jetzt werden Milliardenumsätze erzielt und sie sollen noch steigen.

MODERNSTE TECHNIK

In der Tat sind die Vorzüge des Leasens bei der Finanzierung der IT-Ausrüstung nicht zu verachten. Neben dem Vermeiden von hohen Anschaffungskosten und dem Nutzen modernster Technik begrüßen es Unternehmen, jenseits von knappen Budgetierungen agieren zu können, fanden die Berater der Exper-ton Group heraus. Beispielsweise zahlen sie nur noch Leasingraten statt teure Softwarelizenzen zu erwerben, und darin sind auch schon die Steuern enthalten. Mitunter kommen sie in den Genuss von zusätzlichen Services, die zahlreiche Leasingunternehmen ›



„Gerade im IT-Bereich bringt Leasing deutliche Vorteile. Dadurch sind Unternehmen in der Lage, stets die neueste Technologie zu nutzen, was ohne Leasing zu teuer wäre.“

THOMAS NICKENIG, Verkaufsdirektor Vertriebsleasing bei MMV

CHECKLISTE

Laufzeit	
Achten Sie bei der Planung auf Ihre individuelle Unternehmenssituation!	
Vertragsart	
Achten Sie auf die jeweilige Vertragsart!	
(Bearbeitungs-)Gebühren	
Achten Sie im „Kleingedruckten“ auf versteckte Kosten!	
Zahlungsrhythmus	
Achten Sie darauf, wann (vorschüssig/nachschüssig) und in welchem Rhythmus die Leasingraten von der Leasinggesellschaft eingezogen werden!	
Leasingbeginn/Vormiete	
Achten Sie auf die Definition von Leasingbeginn bzw. Beginn der Grundmietzeit!	
Leasingende/Verlängerung	
Achten Sie auf die Regelungen am Ende der Vertragslaufzeit!	
Kauf nach Ablauf	
Achten Sie darauf, welche Optionen Ihnen nach Ablauf eines Leasingvertrags eingeräumt werden!	
Versicherung	
Achten Sie auf die Regelungen hinsichtlich der Versicherung des Leasingobjekts!	

Gute Vorbereitung ist die „halbe Miete“

Vor dem Abschluss eines Leasingvertrags gilt es, einige Punkte unbedingt zu beachten.

Die Leasingraten sind Betriebsaufwendungen und in der Regel steuerlich voll absetzbar. Unter diesem Aspekt kann es sich beispielsweise für ertragsstarke Unternehmen lohnen, Leasingverträge mit kurzen Laufzeiten und hohen Raten abzuschließen. Ob sich Leasing steuerlich lohnt, hängt vom Einzelfall ab.

FACTS EMPFEHLUNG: Gute Anbieter berücksichtigen im Rahmen der Kalkulation auch individuelle Anforderungen des jeweiligen Leasingnehmers.

Es lohnt sich, vorab den Steuerberater zu konsultieren.

Dem Kunden steht in aller Regel eine Vielzahl unterschiedlicher Vertragsmodelle zur Verfügung. Wichtigstes Unterscheidungsmerkmal: Vollamortisations-Verträge (VA) beziehungsweise Teilamortisations-Verträge (TA).

FACTS EMPFEHLUNG: Welche Vertragsart für ihr Unternehmen die Beste ist, sollten Sie mit Ihrem Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer diskutieren und bereits zu diesem Zeitpunkt berücksichtigen, ob Sie das Leasingobjekt später zurückgeben oder kaufen möchten (s. a. Kauf nach Ablauf).

Einige Leasinggesellschaften berechnen neben der Leasingrate zusätzliche Gebühren (zum Beispiel „Einmalige Bearbeitungsgebühr“).

Für den Unternehmer sind dies nicht eingeplante Mehrkosten.

FACTS EMPFEHLUNG: Gute Anbieter verstecken in ihren Verträgen keine zusätzlichen Gebühren. Neben der monatlichen Leasingrate sollten Ihnen keine zusätzlichen Kosten entstehen.

Obwohl im Vertrag eine monatliche Leasingrate angegeben ist, ziehen einige Anbieter die Raten vierteljährlich im Voraus ein. Für den Unternehmer ein nicht unbedeutender Liquiditäts- und unter Umständen Zinsnachteil gegenüber Verträgen mit monatlicher Zahlung.

FACTS EMPFEHLUNG: Vereinbaren Sie eine monatliche Zahlungsweise mit dem Leasingunternehmen. Sollte der Leasinggeber auf vierteljährliche Zahlung im Voraus bestehen, sollten Sie eine Reduzierung der Leasingrate anstreben.

Einige Anbieter berechnen vor dem Beginn der eigentlichen Vertragslaufzeit (= Grundmietzeit) so genannte Vormieten. Der Mietbeginn wird in aller Regel in Abhängigkeit vom Datum der Übernahme des Leasingobjekts ermittelt. Bestätigt der Leasingnehmer beispielsweise die ordnungsgemäße Übernahme des Leasingobjekts bei einem Vertrag mit vierteljährlicher Zahlungsweise, kann folgende böse Überraschung drohen:

1. Angenommen, die Übernahme des Leasingobjekts erfolgte am 08.04.2009 und wurde durch Unterzeichnung der entsprechenden „Übernahmebestätigung“ vom Leasingnehmer bestätigt.
2. Der Mietbeginn wurde im Anschluss in Übereinstimmung mit den Allgemeinen Vertragsbedingungen bei vierteljährlicher Zahlungsweise auf den „Ersten des auf die Übernahme folgenden Kalenderquartals“ (= 01.07.2009) festgelegt.
3. In der Zwischenzeit (08.04. – 30.06.2009) hat der Leasingnehmer pro Tag 1/30 der monatlichen Leasingrate zu zahlen.

Fazit: Der Unternehmer zahlt neben den vertraglich vereinbarten Monatsraten im schlimmsten Fall bis zu drei monatliche Leasingraten zusätzlich.

Die betroffenen Anbieter bezeichnen dies als Vormiete.

FACTS EMPFEHLUNG: Gute Anbieter berechnen ihren Kunden keinerlei Vormieten. Bitten Sie den Leasinganbieter vor Unterzeichnung eines Vertrags um Offenlegung.

Vielfach verlängern sich Leasingverträge automatisch über die vereinbarte Laufzeit hinaus, wenn sie nicht rechtzeitig vom Leasingnehmer gekündigt werden.

FACTS EMPFEHLUNG: Gute Anbieter offerieren ihren Kunden Verträge mit Festlaufzeit und nur in begründeten Ausnahmefällen kündbare beziehungsweise auflösbare Verträge auf unbestimmte Zeit. Fragen Sie im Zweifelsfall nach.

Normalerweise informiert die Leasinggesellschaft den Leasingnehmer (bei Vertriebs-Leasing auch den Händler bzw. Lieferanten) mehrere Monate vor Auslauf des Leasingvertrags über das bevorstehende Vertragsende, um eine Abstimmung über die Anschlussverwertung des Leasingobjekts zu erzielen. Generell gibt es die Möglichkeit eines Verlängerungsvertrags, der Ausübung einer Kaufoption, des Kaufs des Leasinggegenstands durch den Leasingnehmer (zum Beispiel durch Ausübung des Andienungsrechts des Leasinggebers) oder eines Dritten sowie der Rückgabe des Leasinggegenstands an die Leasinggesellschaft und anschließenden Verwertung auf dem freien Markt. Leasingobjekte verbleiben nach Zahlung der letzten Leasingrate im Eigentum der Leasinggesellschaft. Will der Leasingnehmer das Eigentum erwerben, ist noch ein Kaufpreis fällig.

FACTS EMPFEHLUNG: Verhandeln Sie bereits frühzeitig, noch vor Vertragsabschluss, die Bedingungen im Falle des Kaufs oder der Rückgabe des Leasingobjekts nach Ablauf. So bleiben Ihnen unangenehme Überraschungen, beispielsweise in Form von hohen Kaufpreisen, erspart.

Die so genannte Preis- und Sachgefahr trägt bei Leasingverträgen typischerweise der Leasingnehmer. Vielfach beinhalten die Vertragswerke der Leasinganbieter eine Versicherung der Leasingobjekte. Die Kosten sind in aller Regel jedoch nicht in der Leasingrate enthalten. Die Versicherungsprämien sind extra zu zahlen. Einmal abgeschlossen, ist es in aller Regel sehr schwer, aus einer solchen (Zwangs-)Versicherung wieder herauszukommen.

FACTS EMPFEHLUNG: Gute Anbieter gestalten die Versicherungsbedingungen sehr transparent und ermöglichen dem Leasingnehmer einen Ausschluss der Versicherung. Prüfen Sie die Bedingungen im Zweifel genau, das ein oder andere Versicherungspaket eines Leasinganbieters kann im Vergleich durchaus ein Schnäppchen sein.

INTERVIEW

Wo MMV draufsteht, ist auch MMV drin.

Im Gespräch mit FACTS äußert sich Dr. h. c. Hans-Joachim Spittler, Sprecher der Unternehmensgruppe MKB Mittelrheinische Bank GmbH und MMV Leasing GmbH, zu den Zukunftsperspektiven für den Leasingmarkt und verrät das Rezept für ein nachhaltiges Bestehen in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld.

FACTS: Aufgrund von beschränkten Kreditvergaben wird Leasing in Krisenzeiten immer mehr zu einer willkommenen Investitionsalternative, und dies gilt ganz besonders für den Mittelstand. Sehen Sie es auch so?

Hans-Joachim Spittler: Absolut. Leasing bildet insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine gute Alternative zur klassischen Finanzierung. Der Unternehmer muss der Firma beispielsweise keine wertvolle Liquidität entziehen. Kreditlinien und bankmäßige Sicherheiten bleiben unberührt. Dies sind zwei aus einer Vielzahl von Vorteilen, die Leasing insbesondere in konjunkturell schwierigen Zeiten besonders attraktiv macht. Wir geben unseren mittelständischen Kunden die Chance, die für sie wichtigen Investitionen trotz Krisenstimmung zu realisieren.

FACTS: MMV konnte sich im vergangenen Jahr über ein Neugeschäftsvolumen von rund 650 Millionen Euro freuen. Derzeit bestehen mit circa 55.000 gewerblichen Kunden etwa 90.000 Verträge. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Spittler: Diese Ergebnisse hätten wir nie erreicht, wenn wir unsere Kunden nicht stets partnerschaftlich und fair behandeln würden. Unsere Philosophie lautet: Verlässlichkeit gegenüber unseren Partnern, Transparenz unseres Handelns und Vertrauen in die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Darüber hinaus setzen wir auf ein



klares Geschäftsmodell, das sich auf eine langjährige Erfahrung, auf qualifizierte und erfahrene Mitarbeiter in der Kundenbetreuung und eine schnelle, schlanke Bearbeitung im Backoffice stützt. Und schließlich decken wir die komplette Bandbreite des Leasings ab. Sowohl Druck- und Kopiertechnik, IT-Dienstleistungen samt Hardware und Software als auch Büromöbel und nicht zu vergessen Pkws, Lkws, Nutzfahrzeuge und Produktionsmaschinen lassen sich bei uns leasen.

FACTS: Wie sehen Sie die Positionierung von MMV in einem immerhin hart umkämpften Markt?

Spittler: Sicherlich gibt es, was das Geschäftsvolumen angeht, größere Leasinggesellschaften. Doch zählen wir unter den herstellerunabhängigen Leasingunternehmen zu den fünf größten in unserer Branche. Im Bereich der IT und der Bürokommunikation gehören wir zu den Marktführern in Deutschland. Vor dem Hintergrund der Finanzkrise und der Einführung der Bankenaufsicht für Leasingunternehmen wird eine Bereinigung in der Branche stattfinden. Auf Basis einer klaren Strategie und Philosophie sind wir von den Auswirkungen der Finanzkrise nur marginal betroffen. Durch den Bankenhintergrund, die MMV Leasing ist eine hundertprozentige Tochter der MKB Mittelrheinische Bank, erfüllen wir seit jeher alle aufsichts-

› ihren Kunden entweder kostenlos oder zu einem günstigen Preis anbieten. Sie haben die Möglichkeit, das Equipment nach Ablauf der Leasingdauer kostengünstig zu übernehmen oder aber an die Leasinggesellschaft zurückzugeben.

„Gerade im IT-Bereich bringt Leasing deutliche Vorteile“, stellt Nickenig fest. „Zunächst sind Unternehmen dadurch in der Lage, stets die neueste Technologie zu nutzen, was ohne Leasing zu teuer wäre. Denn anders als beim Kauf, kommt beim Leasing keine Eigenkapitalbindung zustande. Die Leasingrate ist über die gesamte Vertragslaufzeit konstant – unabhängig von der Zinsentwicklung. Leasing bildet somit eine klare Planungs- und Kostengrundlage und sichert die in konjunkturell harten Zeiten oft angespannte Liquidität.“

Thomas Nickenig spricht aus Erfahrung, denn die heutige MMV Leasing GmbH wurde

bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt gegründet, nämlich Anfang der 60er-Jahre, als Leasing erstmals in Deutschland Einzug hielt. Ihr Name lautete ursprünglich MMV Mittelrheinische Maschinenvermietung GmbH. Sie ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der MKB Mittelrheinische Bank GmbH, deren Ursprung wiederum auf das Jahr 1950 zurückgeht. „MMV Leasing ist einer der Pioniere der Leasingbranche und zählt zu den ersten drei Gesellschaften, die am deutschen Markt zu verzeichnen waren“, legt Nickenig dar. Die Unternehmensgruppe MKB/MMV ist von der GBB Gesellschaft für Bonitätsbeurteilung mbH, einer Tochtergesellschaft des Prüfungsverbandes deutscher Banken e. V., mit AA-geratet.

Heute beschäftigt die Unternehmensgruppe MKB/MMV etwa 420 Mitarbeiter und ist an elf Standorten in Deutschland vertreten. Es wird in Raum- und Personalunion ge-

arbeitet. Im Jahr 2008 wurde mit den Kunden – nahezu ausschließlich aus dem Segment KMU – ein Neugeschäftsvolumen von 650 Millionen Euro generiert. Dies verteilt sich auf 30.000 Verträge. Neben Leasing, Mietkauf und Spezialfinanzierungen, beispielsweise für Software, werden Finanzierungen über die MKB Bank angeboten. Aktuell bestehen mit rund 55.000 gewerblichen Kunden in Deutschland etwa 90.000 Verträge.

VIER GRUNDSÄTZE

„Rund 4.000 Vertriebspartner – schwerpunktmäßig aus dem Bereich Informations- und Kommunikationstechnik – haben zu unserem Erfolg beigetragen“, berichtet Nickenig. „Wir haben uns vier Grundsätzen, die intern wie extern gelten, verpflichtet. Diese lauten Partnerschaft, Fairness, Kontinuität und Zuverlässigkeit. In jeder Hinsicht sind

rechtlichen Anforderungen bzw. Pflichten. Wir werden den kommenden wirtschaftlichen Aufschwung gestärkt in Angriff nehmen.

FACTS: Den gewerblichen Mittelstand hat die MMV Leasing als ihre bevorzugte Zielgruppe erklärt. Wie bedienen Sie sie?

Spittler: Wir stehen unseren mittelständischen Kunden mit maßgeschneiderten Lösungen zur Seite. Wir sind sehr flexibel: Wir haben das Produkt Leasing permanent weiterentwickelt. Beispielsweise setzen wir seit mehr als zehn Jahre verschiedene eigenentwickelte Scoringsysteme im Mengengeschäft ein. Dies steigert unsere Reaktionsgeschwindigkeit und reduziert die Kosten. Diese Vorteile geben wir in Form von transparenten, günstigen Konditionen an unsere Kunden weiter. Und wir waren eine der ersten Gesellschaften, die im gewerblichen Leasinggeschäft aktiv wurden.

FACTS: Wie ist die MMV in der Kunden- und Vertriebspartnerbetreuung aufgestellt?

Spittler: Wir sind bundesweit an elf Standorten vertreten. Von Beginn an bestand unsere Strategie darin, hauptsächlich auf Vertriebspartner zu setzen. Wir zählen rund 4.000 Hersteller und Lieferanten aus dem Informations- und Kommunikationsbereich zu unseren Partnern. Diese unterstützen wir durch einen kompetenten, erfahrenen Außendienst, dessen Aufgabe es ist, den Vertriebspartner und die auf diesem Weg gewonnenen Kunden bedarfsgerecht und qualifiziert zu beraten. Bei der Einstellung unserer Mitarbeiter achten wir auf eine sehr gute fachliche Qualifikation und eine hohe Kundenorientierung. Im Außendienst beschäftigen wir ausnahmslos gelernte Bankkaufleute, häufig mit Zusatzqualifikationen. Unser „duales Betreuungssystem“ sieht zudem vor, dass jeder Kundenbetreuer im Außendienst mit einer Vertriebsassistentin im Innendienst zusammenarbeitet, sodass unseren Kunden sowie unseren Vertriebspartnern zwei feste, in aller Regel persönlich bekannte Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Wir setzen eine innovative Vertriebsunterstützungssoftware ein, so sind beide Ansprechpartner stets über alle Einzelheiten einer Geschäftsbeziehung informiert.

FACTS: Wobei wir beim Thema Service wären. Wie berücksichtigt MMV diesen überaus wichtigen Aspekt?

Spittler: Guter Service ist in der Tat ein wichtiger Erfolgsfaktor. Unsere Leasingkonzepte sehen die Einrechnung sämtlicher Dienstleistungen, wie Beratung und Konzeption, Einweisung, Datenübernahme oder Implementierung, vor. Neben der guten Erreichbarkeit unserer Kundenbetreuer vor Ort bieten wir unseren Kunden zudem einen Mehrwert durch investitionsbezogene Zusatzprodukte. Aus einer Vielzahl von ergänzenden Produkten kann unser Kunde bzw. Vertriebspartner ein auf individuelle Bedürfnisse passendes Gesamtpaket schnüren.

FACTS: Wie definieren Sie die Ziele von MMV für die Zukunft?

Spittler: Ein jährliches Wachstum von sechs bis acht Prozent, verbunden mit der Erweiterung unseres Kunden- und Händlernetzes, halten wir für ein realisierbares Vorhaben. Dies erfordert eine Optimierung unseres Services vor Ort durch einen gezielten und planvollen Ausbau der Mitarbeiterkapazitäten. Wir sind bestrebt, unsere kontinuierliche, langfristig orientierte Geschäftspolitik im Sinne unserer Kunden und Vertriebspartner erfolgreich fortzuführen. Und eine Vision schwebt uns ebenfalls vor: 2013 werden wir unser 50-jähriges Bestehen feiern. Was wäre da schöner als ein Neugeschäft mit mehr als einer Milliarde Euro?

FACTS: In Zeiten der Krisenstimmung vertrauen Konsumenten auf Marken, die Orientierung bieten und Investitionssicherheit garantieren. Trägt MMV dieser Tatsache Rechnung?

Spittler: In der Tat. Sowohl unsere Händler als auch unsere Kunden können sich hundertprozentig darauf verlassen, dass sie mit uns einen Partner gefunden haben, der nicht das schnelle Geschäft, sondern eine dauerhafte Bindung anstrebt, der fair mit ihnen umgeht und transparente Preise bietet. Es ist einfach so: Wo MMV drauf steht, ist auch MMV drin.

wir bestrebt, als berechenbarer Partner aufzutreten.“ So stehen den Kunden und Vertriebspartnern der Koblenzer feste und langjährig tätige Mitarbeiter im Vertriebsaußen- und -innendienst als Ansprechpartner zur Verfügung. Dies gewährleistet im Rahmen des so genannten „dualen Betreuungsprinzips“ durchgehend eine persönliche Betreuung und Unterstützung. „Das seit nunmehr über vier Jahrzehnte erfolgreiche Geschäftsmodell der Unternehmensgruppe basiert unter anderem auf der dienstleistungsorientierten Ausrichtung“, fügt Nickenig hinzu. „Marktaktivitäten sind transparent, was sich auch in sämtlichen Vertragsgestaltungen, ohne Haken und Ösen‘ ausdrückt.“

FLEXIBLE LAUFZEITEN

Von Pkws über Lkws und Nutzfahrzeuge bis hin zu Produktionsmaschinen deckt

MMV Leasing das komplette Spektrum des Leasings ab. Die Kernkompetenzen liegen dennoch im Sektor IT-, Telekommunikations- und Büromöbelleasing sowie auf dem Gebiet der Druck- und Kopiertechnologien. „Im Bereich der IT-Investitionen entfallen zwei Drittel der Gesamtkosten auf Software und Dienstleistungen“, schildert Nickenig die Lage landesweit. „Aus diesem Grunde haben wir Konzepte entwickelt, die sämtliche Dienstleistungen wie Beratung, Schulung, Datenübernahme oder Implementierung umfassen.“

Beim Leasen von Software haben die Kunden von MMV die Wahl zwischen einem Software-Nutzungs-Vertrag und einem Software-Leasing-Vertrag. Im ersten Fall aktiviert der Leasingnehmer die Software als immaterielles Wirtschaftsgut und mit Erfüllung des Vertrags geht das zeitlich unbefristete Nutzungsrecht auf ihn über. Die zweite

Variante sieht die Aktivierungspflicht bei MMV Leasing vor. Vorteil: Da Leasing bilanzneutral ist, führen Investitionen über dieses Finanzierungsmodell nicht zu einer Verschlechterung der Bilanzoptik. Etwaige Abschreibungsprobleme entfallen. Die Leasingraten sind Betriebsaufwendungen und in der Regel steuerlich voll absetzbar. Diese Vertragsarten eignen sich für die Finanzierung sowohl von Standard- als auch von Individualsoftware und decken selbst Aufwendungen für die Erstellung von Webseiten und ganzen E-Commerce-Konzepten.

„Mit flexiblen Laufzeiten gehen wir auf die speziellen Wünsche unserer Kunden ein und erleichtern ihnen somit die Investitionsentscheidung“, fasst Nickenig zusammen. „Somit unterstützen wir sie dabei, die für sie überlebenswichtigen IT-Strategien trotz Krisenstimmung zu realisieren.“

Graziella Mimic ■