

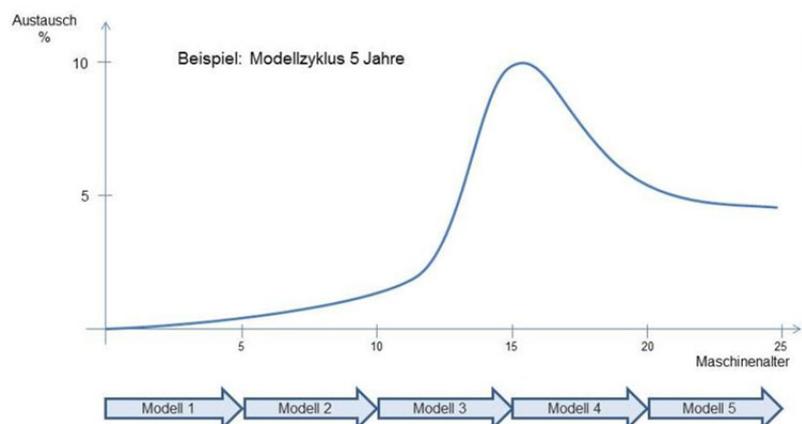
Zum alten Eisen???

Warum sich der Handel mit Gebrauchtmaschinen für Maschinenhersteller immer rechnet.

Der deutsche Maschinen- und Anlagenbau ist für seine soliden, langlebigen und zuverlässigen Produkte weltweit berühmt. Gerade in diesem Bereich steht das Label "Made in Germany" noch für Qualität. Auf der anderen Seite vollziehen sich technische Entwicklungsschritte mittlerweile in Zyklen, die deutlich kürzer währen als die Lebensdauer besagter Maschinen. Dies führt dazu, dass sehr oft gebrauchte Maschinen durch neue ersetzt werden, obwohl sie noch keineswegs in Gänze verschlissen sind. Professionelle Wartungspläne und qualifiziertes Instandhaltungspersonal tragen ferner zu einer nicht unerheblichen Lebensdauerverlängerung bei.

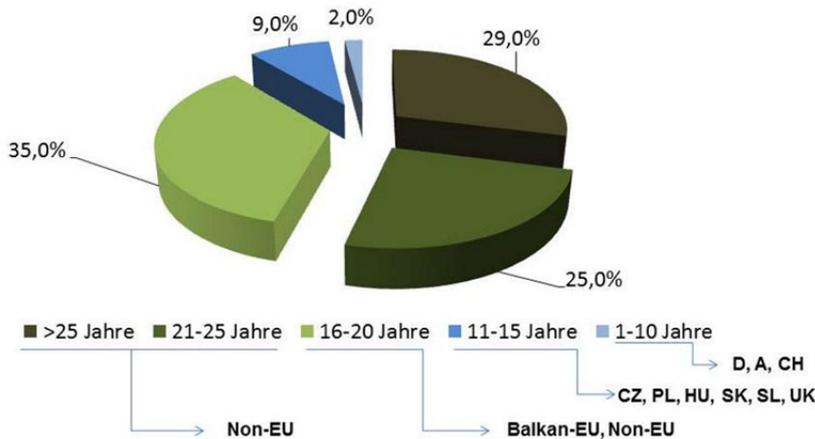
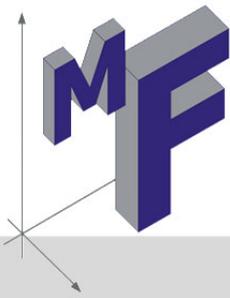
So haben die Maschinen auch nach 15 oder 20 Jahren Einsatzdauer noch einen nicht unerheblichen Marktwert und werden auf internationaler Bühne gerne von Kunden nachgefragt, die nur begrenzte finanzielle Mittel bereitstellen können oder wollen.

In Deutschland werden die meisten Maschinen zwischen dem 10 und dem 20 „Lebens“-Jahr durch Neumaschinen ersetzt, was zum einen mit steuerlichen Abschreibungsmodellen, zum anderen aber auch mit der Modellpolitik der Maschinenhersteller zusammenhängt. Da Maschinenhersteller neue Maschinenmodelle in Intervallen zwischen 4 und 5 Jahren herausbringen, passen sich die Kunden auch mit der Modernisierung ihres Maschinenparks an diese Zyklen an. Je nach Innovationsfähigkeit des Maschinenlieferanten, aber auch des Maschinennutzers wird eine Altmaschine (Modell 1 in der Grafik) durch eine Maschine der zweiten oder dritten Nachfolgeneration (Modell 3 oder 4 in der Grafik) ersetzt.



Je nach Innovationsfähigkeit des Maschinenlieferanten, aber auch des Maschinennutzers wird eine Altmaschine (Modell 1 in der Grafik) durch eine Maschine der zweiten oder dritten Nachfolgeneration (Modell 3 oder 4 in der Grafik) ersetzt.

Maschinen, die deutlich jünger als 10 Jahre alt sind, gehören zu den Ausnahmen der auf dem Markt auftauchenden Gebrauchtmaschinen. Der Verkauf dieser Maschinen hat i.d.R. keine technischen, sondern wirtschaftliche Gründe, d.h. diese Maschinen stammen üblicherweise aus abgebrochenen Leasingverträgen oder aus Insolvenzen.



Aufgrund ihres geringen Alters sind sie auch in Deutschland sehr begehrt, wohingegen die älteren Maschinen je nach Alter ins angrenzende, östliche oder ins entferntere Ausland verkauft werden. Zunehmend treten hier die Balkanstaaten und auch Länder der ehemaligen Sowjetunion in Erscheinung.

Da viele Maschinenhersteller bis heute lediglich auf den Verkauf von Neuanlagen fixiert sind, haben sich eine ganze Reihe von international operierenden Händlern im Gebrauchtmaschinenbereich etabliert und präsentieren ihren Maschinenbestand auf professionellen, mehrsprachigen Internetplattformen und Messen.

Einige Maschinenhersteller jedoch haben ihre Hausaufgaben gemacht und profitieren hiervon in vielfältiger Weise.

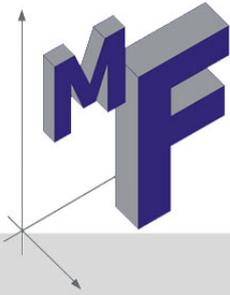
Gebrauchtmaschinen haben strategisches Marketingpotential

Um sich die Vorzüge klarzumachen, die für einen Maschinenhersteller der Handel auch mit seinen gebrauchten Produkten beinhaltet, muss man sich zunächst von der Vorstellung lösen, gebrauchte Maschinen seien ein Überbleibsel, aus dem man vielleicht noch etwas Kapital schlagen kann. Das sind sie nämlich nur für Händler.

Für Hersteller sind sie ein vielfältig einsetzbares, strategisch wichtiges Produkt:

- **Für neue Märkte**

Viele Kunden in sich noch entwickelnden Märkten haben nicht die finanziellen Ressourcen, um in neue, hochwertige Maschinen mit bewährter Qualität (also deutsche Maschinen) zu investieren. Wenn Sie als Hersteller aber diesen Kunden "gute", gebrauchte Maschinen anbieten können, die preislich in das Budget passen, haben sie eine gute Chance, den Kunden von der Qualität ihres Maschinenbaus zu überzeugen. Lassen Sie ihn mit Ihren gebrauchten Maschinen Geld verdienen, überzeugen Sie ihn von Ihrem Maschinenkonzept und Ihrem After Sales Programm, so dass er in Zukunft in Ihre neuen Maschinen investieren wird.



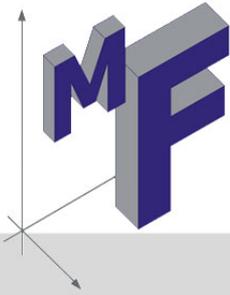
- **Im strategischen Wettbewerb**

Sie kennen die Situation: Es gibt ein interessantes Projekt bei einem Kunden mit Potential, aber sehr begrenztem Budget, um das Sie ebenso wie Ihre "Marktbegleiter" heftig kämpfen, und Ihr Wettbewerb versucht nun, den Kunden durch exzessives Preisdumping auf seine Seite zu ziehen. Natürlich können Sie nun auch in diese Rabattschlacht einsteigen, bis auch Ihre Maschine in den finanziellen Rahmen des Kunden passt. Mittunter gelingt es aber auch, einen solchen Kunden von dem weitaus größeren Nutzen eines Pakets zu überzeugen, in dessen Zentrum eine gute Gebrauchtmachine steht, die aber dann von einem umfangreichen Schulungs- und Serviceprogramm begleitet wird. Viele Kunden erkennen, dass sie mit einem solchen Paket eine weitaus bessere Absicherung ihrer Produktion erreichen werden als durch eine „Kampfpreismachine“. Denn auch wenn der Einstandspreis nach harten Verhandlungen für den Kunden sehr attraktiv sein mag, sein Geld verdient er nur mit einer gut betreuten, funktionierenden Maschine. Dafür ist es immer hilfreich, den Hersteller mit im Boot zu haben, und das gelingt besser, wenn auch der noch etwas Freude an den Deckungsbeiträgen gehabt hat.

Sie als Hersteller können mitunter in einem solchen Fall tatsächlich einen höheren Kundennutzen generieren, und das muss man dem Käufer klarmachen. Aber natürlich ist diese Vorgehensweise kein Allheilmittel, es gibt Kunden und Projekte, für die aus bestimmten Gründen (Fördermittel, Technologie etc.) nur eine neue Maschine infrage kommt, und es gibt Länder, die den Import von gebrauchten Maschinen einschränken, erschweren oder praktisch fast unterbinden (Brasilien, China, Türkei u.a.).

- **In der Kundenbindung**

Da Sie als Hersteller einen guten Überblick über populäre Maschinentypen haben, können Sie dies für einen selektiven Maschinenrückkauf nutzen. Maschinentypen mit hoher Marktpopulation kaufen Sie gerne, Exoten eher selten oder gar nicht. Und wenn Sie gut sortiert sind, können Sie auch schnell liefern - schneller als mit einer neuen Maschine. In einer Zeit, in der Flexibilität groß geschrieben und immer kürzere Lieferzeiten gefordert werden, können Sie so auch solchen Kunden helfen, die kurzfristig eine bestimmte Fertigungskapazität erhöhen oder eine defekte Maschine ersetzen müssen. Das kann je nach Branche so weit gehen, dass Sie für Produktionsspitzen auch Mietmaschinen zur Verfügung stellen.



- **Für die Produktentwicklung**

Durch den Einstieg in das Gebrauchtmachinesgeschäft erhalten Sie ganz automatisch unbegrenzten Zugang zu Informationen zur Verschleißstabilität ihrer Produkte. Wenn Sie den Reparaturaufwand katalogisieren, den Sie in die gebrauchten Maschinen vor ihrem Wiederverkauf investieren, erhalten Sie in relativ kurzer Zeit einen ziemlich guten Überblick über potentielle Schwachstellen Ihrer Konstruktion. Dieses Wissen können Sie nutzen, um Ihre Produkte zu verbessern – oder auch um neue Produkte zu entwickeln. Erweist sich zum Beispiel eine Baugruppe als besonders anfällig für Verschleiß, so können Sie diese – gerade auch unter Nutzung Ihres Gebrauchtmachinesbestands – als Überholungspaket im Austausch anbieten.

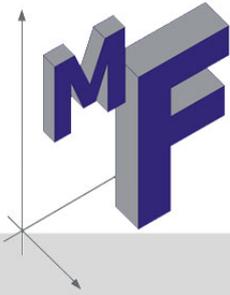
Diese Informationen sind für Sie bares Geld wert, helfen Sie Ihnen doch, eine solide, belastbare Informationsgrundlage auch für eventuelle, zukünftige Themenstellungen wie Lebenszykluskosten, TCO (=Total Cost of Ownership) bis hin zu neuen Geschäftsmodellen (Mietmaschine, Betreibermodelle etc.) zu entwickeln.

- **Als Ersatzteillager**

Gerade bei Maschinen, die nur noch in geringer Population im Markt vorhanden sind, gestaltet sich die Ersatzteillhaltung schwierig. Einerseits erwarten Ihre Kunden Ersatzteilverfügbarkeit, andererseits sind die Beschaffungs- und damit auch die Lagerkosten aufgrund der geringen Stückzahlen sehr hoch bzw. deren Lieferzeiten wegen eventueller Sonderanfertigungen sehr lang. Hier kann ein Ersatzteillager aus gebrauchten, gegebenenfalls überholten Teilen eine kostengünstige Alternative darstellen.

- **Als Einnahmequelle**

Wenn Sie das Gebrauchtmachinesgeschäft richtig gestalten, ist es neben den genannten Vorzügen auch profitabel - andernfalls würde es die ganzen Händler schließlich nicht geben. Als Hersteller und weil Sie den Gebrauchtmachineshandel strategisch einsetzen wollen, müssen Ihre gebrauchten Maschinen natürlich besonders gut sein, das heißt insbesondere solide und nachhaltig repariert, aber auch optisch hergerichtet. Sie werden sich sicherlich auch dann, wenn es im Rahmen der Gewährleistung Diskussionsbedarf gibt, klug, d.h. kooperativ und kulant verhalten, so dass Sie unterm Strich vielleicht keine überragenden, aber dennoch durchaus interessante Margen erzielen können.



- **Als Marketingobjekt**

Deutsche Maschinen sind begehrt wegen ihrer langen Lebensdauer, gepaart mit hoher Zuverlässigkeit. Anstatt nun die „alten“ Maschinen im Markt zu ignorieren oder totzuschweigen, können Sie doch daraus Kapital schlagen. Was spricht mehr für Ihre Maschine als ein hoher Wiederverkaufswert, auch noch nach vielen Betriebsstunden? Gerade im internationalen Umfeld werden Sie viele Kunden vorfinden, die zwar gerne Ihre Maschine als Neuprodukt kaufen würden, jedoch beim besten Willen nicht die entsprechenden Mittel aufbringen können. Wenn Sie einem solchen Kunden eine gute Gebrauchtmachine verkaufen können und dies auch medientechnisch durch Veröffentlichen etc. begleiten, sichern Sie sich branchenweites Interesse und präsentieren sich als Partner.

Wenn Sie es schaffen, Ihre Gebrauchtmachines mit einem hohen Wiederverkaufswert zu etablieren und diese als eigenes Produkt richtig vermarkten, erzeugt dies ganz zwangsläufig auch Nachfrage in Ihren anderen Produktbereichen. Wer für seine „alte“ Maschine noch einen guten Preis erzielen kann, weil es eine gute Nachfrage gibt, wird sicherlich auch eher über die Investition in eine neue Maschine dieses Herstellers nachdenken. Sie können zwei Kunden mit unterschiedlichen Befindlichkeiten zufriedenstellen, und durch Inbetriebnahmen / Verlagerung / Schulung etc. auch noch bei produktnahen Dienstleistungen Potentiale nutzen.

Zum Autor



Der Berater Matthias Fitzner hat den Fokus seiner Beratungstätigkeit auf den After Sales Service und den technischen Vertrieb im Maschinen- und Anlagenbau gelegt. Seit über 20 Jahren ist Matthias Fitzner in dieser Branche international erfolgreich tätig und stellt seine vielfältigen Erfahrungen insbesondere Klein- und Mittelständischen Unternehmen zur Verfügung, die ihr After Sales und Service Geschäft optimieren und/oder ihre Marktbearbeitung internationalisieren wollen. Kontakt: www.matthias-fitzner.de

Quellen: Editorial Foto: Shutterstock

© 2011 Matthias Fitzner e.K., 51379 Leverkusen, Humboldtstrasse 37, HRA21940 Amtsgericht Köln, <http://www.matthias-fitzner.de>.
Alle Rechte vorbehalten. Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Er kann für private Zwecke verwendet und weitergeleitet werden. Er kann honorarfrei übernommen werden für Online-Publikationen, Newsletter, firmeninterne Medien sowie für Zeitungen und Zeitschriften.

Bedingung: Ich erwarte, dass Sie mich als Autor benennen und mir ein Belegexemplar zusenden an: info@matthias-fitzner.de.