

Darmstädter Echo vom 22. November 2008

Mal Fußball-WM, mal Filmfestival

Unternehmen im Gespräch: Livingston aus Darmstadt verleiht Computer, Fernseher oder Server in großem Stil

„Das nennt man wohl eine Wachstumsstory“, sagt Siggie Franz (51) und schaut dabei nicht nur stolz aus, sondern auch ein bisschen überrascht. Der Chef der Livingston Electronic Services GmbH in Darmstadt-Arheilgen hat soeben einen kurzen Ausflug in die Vergangenheit unternommen und dabei einen imposanten Vergleich entdeckt: Vor zwölf Jahren war Livingston ein Unternehmen mit 29 Millionen Mark Umsatz und 74 Mitarbeitern. Inzwischen bezeichnet man sich als Europas größter IT-Verleiher. Mit rund 225 Mitarbeitern im Konzern werde man in diesem Jahr annähernd 50 Millionen Euro umsetzen, zeigt sich Co-Geschäftsführer Volker Mertens (41) zuversichtlich.

Auch im kommenden Jahr will das konzernunabhängige „High-Tech-Leihhaus“ eine Schippe drauflegen – so als ob es die grassierende Finanzkrise und die Rezession in Deutschland gar nicht gäbe. Diese zwei Geißeln treffen Livingston nur zu einem Teil, erläutert Franz. Schmerzhaft wäre es zum Beispiel, wenn zu Branchentreffen wie der Computermesse Cebit, der Spielemesse Games Convention, der Automechanika oder der Berliner IFA wegen der Konjunkturlaute deutlich weniger Aussteller kämen. Denn dann würde Livingston zwangsweise weniger Computer, Notebooks, Server oder Fernseher verleihen.

Auf der anderen Seite bietet die Finanzkrise Chancen, fügt Mertens hinzu. Wenn Banken nur zögerlich Kredite an mittelständische Betriebe vergeben, können viele Firmenlenker ihre geplanten IT-Investitionen eben nicht über Fremdkapital finanzieren.

Das Mieten bietet Franz zufolge im Vergleich zum Kauf etliche Vorteile für Kunden: Diese seien flexibler, denn sie können zum Beispiel eine bestimmte Anzahl von Geräten während der Laufzeit ohne Strafgebühr zurückgeben. Wenn ein Unternehmen hingegen 100 Computer kauft, in einer sich anschließenden Wirtschaftskrise aber Personal abbauen muss, dann stehen viele Geräte nutzlos herum. Ähnlich fatal wäre es, wenn sich der Kunde für eine ungeeignete Hardware entscheidet – ist er indes lediglich Mieter, kann er die Geräte innerhalb weniger Tage problemlos gegen andere austauschen.

Dass Livingston in den vergangenen zwölf Jahren so stark gewachsen ist, hängt Franz zufolge auch mit den „Demo-Geräten“ zusammen. Bekannte Computerhersteller wie Fujitsu-Siemens, Hewlett-Packard, IBM, Toshiba oder Samsung bringen erstaunlicherweise für einen Messeauftritt nicht ihre eigenen Geräte mit. Vielen ist das zu umständlich, erläutert Franz. Vor allem: Was sollen die Hersteller mit den gebrauchten Geräten später anfangen? Stattdessen hat sich folgende Vorgehensweise eingebürgert: Die Hersteller verkaufen die gewünschten Geräte an Dienstleister wie Livingston und leihen sich diese anschließend für den benötigten Zeitraum. Livingston bietet den Kunden noch zusätzlichen Service an, der sich von der Aufrüstung der Computer bis zum Aufbau des Messestands erstreckt. Nach der Veranstaltung werden von Livingston die Festplatten der Computer und Laptops gelöscht, die Geräte gewartet und letztendlich mit einem Preisabschlag vorrangig an Endverbraucher weiterverkauft.

In diesem „Second-Hand-Geschäft“ lassen sich nicht so gute Renditen erwirtschaften wie mit dem Verleihen. Doch auch hier verdient Livingston Geld, wenn es nicht gerade zu außergewöhnlichen Vorfällen kommt, wie Franz hinzufügt. Als etwa der US-Energiehandelskonzern Enron pleite ging, versilberte der Insolvenzverwalter Tausende von nagelneuen Sun-Computern zu Schnäppchenpreisen, die Enron noch kurz vor dem Exitus gekauft hatte. Weil die Darmstädter zufälligerweise ebenfalls Geräte dieses Typs eingelagert hatten, wurden sie von dem Preisrutsch unangenehm überrascht.

Neben den High-Tech-Messen gibt es etliche andere Veranstaltungen, auf denen Livingston seine Geräte platzieren kann: Das sind große Sportveranstaltungen wie Fußball-Welt- oder -Europameisterschaften, wo Organisationskomitees und Journalisten-Scharen ausgestattet werden – ein Segment, das den Fußballfreund und Dortmund-Fan Siggie Franz besonders interessiert. Aber auch bei Filmfestivals wie der Berlinale, Ärztekongressen oder großen politischen Zusammenkünften

wie dem G-8-Gipfel sind die Darmstädter mit von der Partie. Bei Top-Veranstaltungen kommt Livingston die eigene Größe inzwischen zugute: Wenn etwa für die Cebit auf einen Schlag 5000 Laptops und tausend Fernseher geordert werden, gibt es kaum Konkurrenten, die solche Volumina bewältigen können. Im Schnitt hat Livingston 8000 Geräte auf Lager, während mehr als 40 000 bei Kunden im Einsatz sind.

Fürs kommende Jahr haben Franz und Mertens bereits gute Vorsätze. Forciert werden soll das Geschäft mit Langzeitmieten. Wenn Livingston zum Beispiel seine Geräte für zwölf bis 36 Monate an Unternehmen abgibt, bringt das zum einen verlässliche Erlöse ins Haus. Zum anderen lassen sich derlei Aufträge ab einem bestimmten Zeitpunkt mit vergleichsweise überschaubarem Personaleinsatz meistern, während etwa das hektische Messengeschäft viele Ressourcen bindet. Und wer mit weniger Personal den gleichen Umsatz erzielt, punktet natürlich bei der Rendite, die bei Livingston ähnlich wie bei anderen Handelsunternehmen mit zwei Prozent nach Steuern nicht eben exorbitant ausfällt.

Livingston hat zuletzt die Zahl der festen Mitarbeiter am Standort Darmstadt von 120 auf 100 zurückgefahren. Allerdings werden Franz und Mertens künftig personell wohl wieder aufstocken, weil sie im kommenden Jahr ein bislang vernachlässigtes Segment angehen wollen: den Verleih von Video-Audiosystemen. Hier sehen die Geschäftsführer Einsatzmöglichkeiten bei Konferenzen und Jahreshauptversammlungen. Zusammen mit der geplanten Expansion in Osteuropa sollte im kommenden Jahr dann der Umsatz bei gut 50 Millionen Euro liegen, hoffen die Manager. Dass die Wachstumsrate sich über die Jahre hinweg abflacht, erklärt sich Franz zufolge auch damit, dass die Preise für Computer oder Fernseher kontinuierlich sinken. Um den Umsatz zu halten, muss Livingston daher von Jahr zu Jahr mehr Geschäft an Land ziehen.

Um das zu schaffen, springt Fußball-Liebhaber Franz auch locker über seinen Schatten. Emotionen gegenüber Liga-Platzhirsch Bayern München lässt der BVB-Fan allenfalls im Stadion erkennen. Nach 90 Minuten schaut die Welt dann wieder anders aus. Allein für die Münchner Wohnung von Bayern-Stürmer Luca Toni hat Livingston acht Plasmafernseher geliefert.