

# „Unerwartete Kontraktionswege“

*Interview mit Benedikt Ruf, einem der beiden Geschäftsführer der Gindumac Group*

Gebrauchtmachines aus Deutschland sind enorm gefragt. „Weil sie in der Regel top gewartet sind“, sagt Benedikt Ruf. Im Interview mit **Kunststoffe** spricht der Plattform-Chef über ganzheitliches Transaktionsmanagement mit globaler Reichweite, die Wechselwirkung mit Listing-Plattformen und teilautomatisierte Verkaufsprozesse.

**W**as haben Modehandel, Juweliere, Schuhe und Lederwaren mit dem Gebrauchtmachineshandel gemein? Für jede dieser Branchen gibt es digitale Plattformen, deren Mehrheitsgesellschafter die The Platform Group GmbH & Co. KG ist. Im Falle der B2B-Plattform Gindumac, die Gebrauchtmachines in bisher über 30 Länder verkauft, sind die weiteren Gesellschafter die KraussMaffei Technologies GmbH, die Leis-Holding und die beiden Gründer Janek Andre und Benedikt Ruf. Mit letzterem haben wir uns via Videotelefon verbunden.

**Kunststoffe:** *Zahlreiche Plattformaktivitäten im Maschinengeschäft und insolvente Kunststoffverarbeiter – der Gebrauchtmachinesmarkt scheint seit einiger Zeit in Bewegung geraten zu sein. Herr Ruf, wie ist Ihr Eindruck?*

**Benedikt Ruf:** Durch die Brille des Gebrauchtmachineshandels gesehen, sehr positiv. Auf der einen Seite gibt es derzeit viele Betriebs-schließungen in unseren Verkäufermärkten, das heißt, es kommt ein großes Angebot auf den Markt. Gleichzeitig sehen wir, dass sich Kunststoffverarbeiter seit etwa Anfang des Jahres verstärkt mit Ersatzinvestitionen beschäftigen und besonders die Nachfrage nach Spritzgießmaschinen ab 500 Tonnen Schließkraft signifikant anzieht. Wir können also optimistisch auf dieses Jahr blicken, denn das Geschäft läuft ja auch perspektivisch: Wenn zum Beispiel eine Maschine im September auf den Markt kommt, erfahren wir das schon im Frühjahr. Und weil wir global agieren – wenn sich beispielsweise ein Markt in der Türkei eröffnet, können wir den bedienen durch Beschaffung in Deutschland.

**Kunststoffe:** *Sie haben kürzlich angekündigt, in Wachstum investieren zu wollen. Von welcher Umsatzgröße reden wir hier und was heißt das konkret?*

**Ruf:** Wir kommen von einem mittleren einstelligen Millionenbetrag. Ziel ist, unser Umsatzvolumen 2021 im Vergleich zum Vorjahr zu verdoppeln. In den Märkten, die für uns besonders wichtig sind – die DACH-Region, Osteuropa, Spanien und Italien –, wollen wir verstärkt investieren, in Online-Marketing und Google-Präsenz. Wir arbeiten daran, in diesen Ländern Kontakte mit Handelsvertretern auszubauen und Vertriebskooperationen zu vertiefen, die uns im Beschaffungsnetzwerk unterstützen. Eine weitere Komponente ist der Direktankauf von Maschinen. In der Vergangenheit war unser Geschäft ausgelegt auf Back-to-back-Geschäft, das heißt, wir kaufen in dem Moment an, wo wir einen Käufer

haben. Das ist auch weiterhin unser Kerngeschäft im Plattformmodell, aber Investitionen in Direktankäufe geben uns zusätzliches Wachstumspotenzial. Das schließt auch ein, bei Betriebs-schließungen oder Umstrukturierungen größere Projekte anzukaufen, bei denen es um Werte geht, die deutlich höher liegen als unser durchschnittlicher Transaktionswert von 40 000 Euro.

**Kunststoffe:** *Welchen Anteil hat jeweils das Geschäft mit kunststoff- und mit metallverarbeitenden Maschinen bei Gindumac?*

**Ruf:** Metall bildet den Großteil unserer Transaktionen, das liegt aber auch an der größeren Sortimentstiefe, weil wir im Metallbereich Zerspanung und Umformung abbilden und im Kunststoff fokussiert auf Spritzgießen arbeiten. Der Anteil der metallverarbeitenden Gebrauchtmachines beläuft sich auf 70 Prozent. Kunststoffverarbeitende Maschinen machen 30 Prozent aus.

**Kunststoffe:** *Wie groß ist der Markt für gebrauchte Spritzgießmaschinen?*

**Ruf:** Diese Größe validiert zu erfassen, ist sehr schwer. Wir sprechen insgesamt von einem zweistelligen Milliardenbetrag im Bereich der Werkzeug- und Kunststoffmaschinen, also beides zusammen.

**Kunststoffe:** *Wie ist die Wettbewerbssituation im Plattformgeschäft? Welche Plattfortmtypen mischen dabei überhaupt mit?*

**Ruf:** Wenn man von Online-Plattformen ausgeht, gibt es die sogenannten Inserat-Plattformen, auch Classifieds- oder Listing-Plattformen genannt. Das sind, wenn man so will, Gelbe Seiten, auf denen man seine Maschine inserieren kann. Deren Geschäftsmodell ist darauf ausgelegt, Anzeigen zu verkaufen und Angebot und Nachfrage miteinander zu verbinden. Maschinensucher ist hier einer der Marktführer. Dann gibt es die vertikal integrierten Handelsplattformen, wie wir originär eine sind. Das sind digitale Plattformen, die online ihr Portfolio darstellen und die gesamte Transaktion abwickeln. Im Prinzip sind wir ein Hybrid, denn wenn eine Maschine bei uns angeboten wird, ist sie gleichzeitig automatisch bei allen relevanten Listing-Plattformen inseriert. Wir nutzen also Inserat-Plattformen als Treiber für unsere Verkäufe. Der Dritte im Bunde ist der klassische lagerhaltende Händler mit oder ohne eigene Webseite, die eine mehr oder minder begrenzte bzw. fokussierte Reichweite abbildet.

**Kunststoffe:** *Worauf kommt es in diesem Geschäft an?*

## Service

### Digitalversion

➤ Ein PDF des Artikels finden Sie unter [www.kunststoffe.de/onlinearchiv](http://www.kunststoffe.de/onlinearchiv)

**Ruf:** Aus Käufersicht das Wichtigste ist ein ganzheitliches Transaktionsmanagement, eine professionelle Abwicklung von A bis Z, zu guten Konditionen und mit globaler Reichweite. Für den Verkäufer ist entscheidend, dass wir einen guten Preis bieten und die Maschine schnell vermarkten können. Dafür ist eben die weltweite Anbindung an die Inserat-Plattformen notwendig. In Zukunft wollen wir beide Optionen anbieten: Vermarktung und Direktkauf. Wobei beim Direktkauf der Preis niedriger ist, weil für uns damit ein höheres Risiko verbunden ist.

**Kunststoffe:** Inwieweit ist der Verkaufsprozess digitalisiert?

**Ruf:** Der Prozess ist teilautomatisiert. Jede Maschine, die uns angeboten wird, wird von uns kuratiert. Im ersten Schritt wird die Maschine nach verschiedenen Kriterien bewertet, zum Beispiel technische Ausstattung, Baujahr, Wartungshistorie. Und: Wann ist sie verfügbar? Auf Basis dieser Informationen erstellen wir – kostenlos und unverbindlich für den Verkäufer – eine Preiseinschätzung. Wenn beide Seiten sich einig sind, wird die Maschine von unserem Content-Team aufbereitet und über Schnittstellen automatisch auf den Inserat-Plattformen angeboten. Eingehende Anfragen gehen automatisch an den jeweiligen Account-Manager, und jeder Lead bekommt automatisch eine Antwort aus dem System.

**Kunststoffe:** Gibt es Länder mit einem besonders aktiven Käufer- bzw. Verkäufermarkt?

**Ruf:** Bei Spritzgießanwendungen ist Deutschland der Beschaffungsmarkt. Der Großteil der Maschinen, die wir anbieten, stammt aus Deutschland und den angrenzenden Ländern Österreich und Schweiz. Im Abverkauf ging von Anfang an sehr viel nach Osteuropa, in den letzten Monaten hat vor allem der Markt in Russland und der Türkei angezogen. Es gibt daneben aber auch ein starkes Binnengeschäft in Spanien und in Deutschland, wo wir auch jüngere Spritzgießmaschinen innerhalb des Kernmarkts vermarkten.

**Kunststoffe:** Wie lässt sich das interpretieren – die Verarbeiter in Deutschland erneuern ihren Maschinenpark früher?

**Ruf:** Im globalen Vergleich kann man diese Tendenz sicherlich ableiten, denn die häufigeren Ersatzinvestitionen fußen auf dem Anspruch, auf Hochtechnologiestandard arbeiten zu wollen. Dazu kommt ein statistischer Effekt, dass wir in den deutschsprachigen Märkten per se eine starke Kunststoffindustrie mit einer großen Maschinenpopulation haben. Die Frage ist: Warum sind die Maschinen aus Deutschland so gefragt? Weil sie in der Regel top gewartet sind. Wegen dieser Wartungshistorie ist in Indien die Nachfrage nach Maschinen aus Deutschland trotz der Importzölle hoch. Obwohl die Firmen dort ein chinesisches Produkt beziehen könnten. Aber die Marken und Hersteller aus dem deutschsprachigen Raum haben eine sehr hohe Reputation. Da kommt es zu Kontraktionswegen, die man in der Kalkulation nicht erwarten würde. »



DIE MARKE MAKROLON® WIRD EXOLON®.  
THE EXCELLENCE CONTINUES.  
GUT FÜR DIE INDUSTRIE.

**exolon®**

Exolon® ist der neue Name für Polycarbonat Steg- und Massivplatten. Ansonsten ändert sich – nichts. Sie schützen Personen und Maschinen mit den gleichen hochqualitativen Produkten. Unter anderem so schlagfest und widerstandsfähig wie bisher.

[www.exolongroup.com](http://www.exolongroup.com)

Makrolon® ist eine registrierte Marke, im Eigentum und lizenziert von der Covestro Gruppe.

**exolon**  
GROUP



© Gindumac

## Zur Person

**Benedikt Ruf** ist Geschäftsführer der Gindumac Group. Gindumac steht für „Global Industrial Machinery Cluster“ und ist ein führendes Unternehmen im internationalen Gebrauchtmaschinenhandel, das mit einem weltweiten Netzwerk und Büros in Deutschland, Spanien und Indien operiert. Auf der gleichnamigen digitalen Plattform werden vorwiegend Maschinen zur Metallbearbeitung und Kunststoffverarbeitung angeboten und verkauft.

Ruf hat das Unternehmen 2016 zusammen mit Janek Andre gegründet, der als CEO fungiert. Zuvor war Ruf als Mitgründer und Geschäftsführer einer Marketingberatung für Industrieunternehmen aktiv. Ehrenamtlich engagiert er sich bei der Marktspiegel Werkzeugbau e. G. als Vorstandsmitglied und Gutachter.

**Kunststoffe:** Wenn wir bei Deutschland bleiben: In welchem Bereich bewegt sich das Alter der Maschinen, wenn sie den Besitzer wechseln?

**Ruf:** Marktrelevant sind die Maschinen bis Baujahr 2000 aufwärts. Bei noch älteren Maschinen wird es in der Regel schwierig, weil die teilweise über 100 000 Betriebsstunden auf dem Buckel haben.

**Kunststoffe:** Welches Qualitätsrisiko trägt der Käufer? Oder anders gefragt: In welchem Zustand sind die gehandelten Maschinen?

**Ruf:** Der Kunde kauft die Maschine wie gesehen. Das ist im Gebrauchtmaschinenmarkt so üblich. Es sei denn, wie einige Marktbegleiter das tun, man nimmt die Maschine zu sich, überholt sie, stattet sie neu aus und gibt dann auch eine Ersatzteilgarantie. Für uns gilt: Wir wollen maximale Transparenz schaffen, deshalb geben wir die vorhandene Dokumentation, wie Serviceberichte vom Hersteller oder interne Wartungsberichte, kom-

plett weiter. Das Restrisiko trägt der Käufer, der in seiner Kalkulation immer auch eine gewisse Reparaturpauschale einplant. Aus Erfahrung weiß man: Es gibt ein paar Teile wie zum Beispiel Dichtungen, die man austauschen muss. Da unsere Kunden in der Regel erfahrene Unternehmer sind, wissen sie ganz genau, was sie vorplanen müssen.

**Kunststoffe:** „Wie gesehen“ heißt was – ist es üblich, dass der Käufer sich die Maschine vor Ort anschaut?

**Ruf:** In 80 Prozent der Fälle haben die Kunden einen Vor-Ort-Besuch organisiert, um die Maschine einmal live in Produktion zu sehen. Das hat sich durch Corona geändert und haben wir durch digitale Inspektion substituiert. Das hängt aber auch von der Kundenregion ab. Deutsche Kunden möchten die Maschine in der Regel schon einmal sehen, um ihr Risiko abzuwägen.

**Kunststoffe:** Wie transparent ist die Preisbildung auf Ihrer Plattform?

**Ruf:** Es ist unser Alleinstellungsmerkmal, dass wir jede Maschine mit Preis darstellen. Transparenz war von Anfang an unser Leitgedanke, damit der Kunde nicht jedes Mal den Preis anfragen muss. Der Angebotspreis ergibt sich aus einer Mischkalkulation aus Verkäufererwartungen und Marktwertmöglichkeiten. Entsprechend ihrer Ausstattung wird die Maschine bepreist. Dann kommt es zu Transaktionsverhandlungen, daraus ergibt sich ein Transaktionspreis, weil alle Maschinen zunächst mal ab Werk eingepreist sind. Dazu kommen dann Logistikaufwendungen, deren Höhe sich nach dem Transaktionsweg richtet.

**Kunststoffe:** Wie viel verdient Gindumac dabei mit?

**Ruf:** Die Marge bewegt sich bei uns in einem fairen Rahmen. Warum? Weil wir die Maschine im Back-to-back-Geschäft nicht einlagern. Das bedeutet, dass wir unterhalb der Marge bleiben können, die man vom lagerhaltenden Händler kennt. Dazu trägt auch unser teilautomatisierter Prozess bei. Außerdem hängt die Marge von äußeren Faktoren ab, zum Beispiel, wieviel Zeit haben wir, um die Maschine zu verkaufen. Es gibt Fälle, in denen der Kunde sehr schnell verkaufen muss, weil er den Platz in seiner Halle braucht. Und es macht natürlich einen Unterschied, ob wir eine Maschine für 5000 Euro durchhandeln oder, wie bei großen Tonnagen, für 250 000 Euro. Die Margen liegen zwischen 15 und 30 Prozent.

**Kunststoffe:** In welchem Rahmen bewegen sich die logistischen Anforderungen?

**Ruf:** Das hängt nicht zuletzt vom Anspruch des Kunden ab, ob er zum Beispiel die Maschine frei Haus geliefert haben will. Aber Logistik ist ein Thema, das mitunter sehr herausfordernd ist. Weniger bei kleinen Spritzgießmaschinen – die werden auf einen Lkw verladen, das ist relativ simpel. Komplex wird es vor allem bei Handelswegen außerhalb der EU, also zum Beispiel, wenn die Maschine von der Schweiz nach Indien geht. Wir unterstützen dabei sowohl den Verkäufer als auch den Käufer mit der kompletten Dokumentation. Am Ende verkauft der Verkäufer an uns und wir verkaufen an den Käufer. Wir müssen uns also in vielen Fällen auch um die Exportdokumentation kümmern, weil die Maschine bei uns die eine symbolische Sekunde in den Büchern steht. ■

Interview: Dr. Clemens Doriat, Redaktion