

## Kundenbeziehungen im Mittelstand stärken



**VOLKER ERNST**

Mitglied im  
International  
Bankers  
Forum

Finanzen sind ein People Business, auch und gerade in Zeiten zunehmender Digitalisierung. Weiterhin liefern individuelle Konzepte und Beratungsleistungen die Basis für eine erfolgreiche Unternehmensfinanzierung. Nicht zuletzt geht es darum, die passenden Geschäftspartner und Instrumente zusammenzubringen. Damit gewinnt auch die Schnittstelle zwischen Banken und den Anbietern ergänzender oder bankenunabhängiger Finanzierungen an Bedeutung. Die gemeinsamen Chancen sind bisher nicht annähernd genutzt.

**E**ine breite und flexible Finanzierungsbasis wird von KMU in Deutschland immer stärker nachgefragt. In jedem zweiten Unternehmen (47 Prozent) halten Finanzentscheider einen Mix für sinnvoll, der neben Eigen- und Fremdkapital auch Beteiligung, Factoring und Leasing um-

fasst. Zu diesem Ergebnis kam eine repräsentative Studie des Bundesverbands Factoring für den Mittelstand (BFM) und TNS Infratest im Jahr 2012. Der Trend setzt sich weiter fort. Nach neusten Erhebungen des BFM stieg die Zahl der kleinen und mittleren Unternehmen, die Factoring für ihre Finanzierung nutzen, im ersten Halbjahr 2014 um 6,7 Prozent an.

Dass sich die Nachfrage nach Factoring überproportional im Mittelstand entwickelt, scheint mir auch durch das Prinzip Augenhöhe begründet, das viele mittelständische Factors mit ihren Kunden leben. Es gibt aber unterschiedlichste Positionierungen auf dem deutschen Factoring-Markt. Das Spektrum reicht von hochgradig standardisierten Prozessen, die zum Teil über Online-Portale abgewickelt werden, bis hin zu Manufakturösungen mit umfassender Betreuung. In der Lösung nach Maß sehe ich – auch für die Zukunft – das beste Geschäftsmodell. Hintergrund sind die traditionell engen Kundenbeziehungen beim Factoring im Mittelstand.

Der Factor ist in der Regel gut vertraut mit der Geschäftspraxis seiner Kunden und kann ihnen daher präzise abgestimmte Finanzierungsmodelle empfehlen. Vielfach bewährt sich dabei auch ein Mix von Factoring und Kontokorrentkredit. Vorteil für die Bank: Sie behält ihren Unternehmenskunden, der zugleich risikofrei wird, weil Debitorenmanagement und Ausfallschutz in das Factoring integriert sind. Auch die Kunden honorieren das hohe Maß an Sicherheit, das mit dem Forderungsverkauf verbunden ist. Es gebe Anzeichen dafür, dass „die Funktion der Risikoabsicherung gegenüber der Finanzierungsfunktion des Factorings an Bedeutung gewonnen hat“, so Prof. Dr. Thomas Hartmann-Wendels, Universität zu Köln, der auf den Feldern Factoring und Leasing forscht. Ebenso wird die Diversifikation der Finanzierungsquellen wichtiger. „Die Zielset-

zung einer größeren Unabhängigkeit von den Banken nimmt bei vielen Unternehmen wieder an Bedeutung zu und dürfte Factoring für diese Unternehmen interessant machen“, so Hartmann-Wendels in der Zeitschrift FLF.

Wenn sich Unternehmen für Factoring entscheiden, spielen auch die speziellen, von Banken abweichenden Bonitätskriterien eine Rolle. Zwar ist die Ablehnungsquote bei qualitätsorientierten Factoring-Gesellschaften hoch. Aber für eine positive Entscheidung und den Abschluss eines Factoring-Vertrags sind keine dinglichen Sicherheiten erforderlich. Auch vor diesem Hintergrund macht es Sinn, dass Bank und Factor in Verbindung stehen: Wenn etwa ein Firmenkunde Liquidität braucht, aber erst kurze Zeit am Markt ist oder keine ausreichenden Sicherheiten für eine Kreditvergabe vorliegen, kann die Bank den Kontakt zu einer Factoring-Gesellschaft herstellen. Bei guter Geschäftsentwicklung des Kunden wird das Kreditgeschäft der Bank eventuell zu einem späteren Zeitpunkt zustande kommen.

Wie fruchtbar ein Austausch an dieser Schnittstelle sein kann, hat mir kürzlich eine Veranstaltung mit Mitgliedern des IBF in Hamburg gezeigt. Es wäre zu wünschen, dass sich die Mittelstandsexperten in den Bankhäusern stärker mit den Factoring-Partnern ihrer Wahl vernetzen und die Kundenpotenziale ausloten. Auch ließen sich Informationsdefizite oder mögliche Vorbehalte abbauen. Das Ziel: die Kundenbindungen zu intensivieren und Wachstum in allen Phasen zu begleiten. Gerade mit Blick auf die breite Finanzierungsbasis, die viele KMU anstreben, steht mit Factoring ein zusätzliches Instrument bereit. ■

**VOLKER ERNST** ist Vorstandsvorsitzender des BFM Bundesverband Factoring für den Mittelstand, Berlin, und Geschäftsführer Ernst Factoring, Hamburg. Das Unternehmen arbeitet unter dem Dach der akf bank.