

Aus dem Schatten ins Licht

Nichtbanken wie Versicherungen, Konzerne oder Family-Offices spielen in der Unternehmensfinanzierung zunehmend eine Rolle. Der Mittelstand profitiert.

Von Axel Rose

„**WIR WERDEN IN** Zukunft vermutlich nicht so sehr mit anderen Banken und Sparkassen konkurrieren, sondern zunehmend mit den Microsofts und Googles dieser Welt“, gab Deutsche-Bank-Co-Chef Jürgen Fitschen kürzlich zu Protokoll. Doch nicht nur die Internetriesen drängen verstärkt in die Unternehmensfinanzierung, auch Versicherungen und Family-Offices suchen nach attraktiven Anlagemöglichkeiten – und werden im Mittelstand fündig.

Versicherungen // „Wir investieren lieber in den Mittelstand, als das Geld woanders hin zu tragen“, sagt Klaus Heiermann, Generalbevollmächtigter beim Versicherer Arag. Gemeinsam mit der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen und anderen Versicherungen sucht das Unternehmen derzeit nach Möglichkeiten, in die Mittelstandsfinanzierung einzusteigen. Im Gespräch sind vor allem Fonds- oder Verbriefungslösungen: „Eine Finanzierungsplattform, aus der Kreditlinien der Mittelständler bedient werden, kann ich mir gut vorstellen“, sagt

Heiermann. Voraussetzung für Arag ist ein Modell, bei dem auch andere mitziehen. Bis Ende des Jahres könnten erste Produkte auf den Markt kommen. Noch befindet sich der Prozess am Anfang und ist zuletzt sogar ein wenig ins Stocken geraten. Die gute Kapitalausstattung der Unternehmen reduziert den Leidensdruck und die Suche nach Alternativen. Das merken auch Generali und die Münchner Rück. Beide hatten ebenfalls angekündigt, in die direkte Unternehmensfinanzierung einzusteigen zu wollen. Konkrete Pläne gibt es aber noch nicht.

Dabei steht die Branche unter starkem Druck. Die Renditeziele vertragen sich im aktuellen Zinsumfeld nicht mit den Erträgen für konservative Anlagen. Ein Dilemma, aus dem die Unternehmensfinanzierung einen Ausweg suggeriert. Doch direkte Kredite an Unternehmen darf die Assekuranz rechtlich nur sehr eingeschränkt vergeben. Dafür bräuchten die Gesellschaften eine Banklizenz sowie Expertise und Infrastruktur für die Kreditabwicklung. „Das geht nicht von heute auf morgen“, sagt Sandra Bindler, Bereichsvorstand der Hypovereinsbank. Zudem schrecken die hohen Implementierungskosten die Versicherer ab. „Wir wollen keine eigene Kreditabteilung aufbauen“, bestätigt Heiermann. „Das wird auch weiterhin über die Banken laufen.“ Abhilfe könnte eine stärkere Nutzung externer Ratings schaffen. „Weil bankfremde Anbieter nicht über das notwendige Know-how in der Kreditprüfung verfügen, kann ein externes Rating Mittelständlern den Zugang zu alternativen Finanzierungsangeboten erleichtern“, sagt Dirk Renziehausen, Leiter Firmenkundengeschäft bei der Nord LB.

Angst vor der Konkurrenz haben die Banken nicht. „Wir sehen das mehr als Ergänzung und nicht als Konkurrenz“, betont Renziehausen. Zumindest so lange, wie die Angebote sich nicht überschneiden. Im Moment ist dies noch nicht der Fall: „Versicherungen bedienen vor allem lange Laufzeiten, während die Banken sich in der langfristigen Kreditfinanzierung sehr zurückhalten“, sagt Renziehausen. Für die Zukunft kann sich der Banker eine strategische Aufteilung der Laufzeiten durchaus vorstellen. Das schont auch die Margen.

Christian von Olnhausen, Director Structured Finance beim Beratungsunternehmen Youmex glaubt sowieso nicht, dass die Versicherungen sich tatsächlich ins mittelständische Kreditgeschäft einmischen. „Das passt von den Strukturen nicht. Zudem gehen Versicherungen selektiv vor und bevorzugen große Volumina.“ Dass im Bankgeschäft ein rauer Wind weht, musste im Privatkundengeschäft gerade die Allianz feststellen. Der Versicherungskonzern teilte jüngst mit, den operativen Betrieb seiner

Banksparte Mitte des Jahres einzustellen – die Wachstumserwartungen hätten sich nicht erfüllt.

Google & Co. // Weiter wachsen wollen auch die großen Internetkonzerne. Dafür müssen sie neue Zielgruppen erschließen – und tun dies in der Unternehmensfinanzierung. So gewährt Google in Großbritannien und den USA Kunden, die Werbung schalten, Darlehen bis zu 100.000 Dollar. Und der E-Commerce-Gigant Amazon vergibt Darlehen bis zu 800.000 Dollar an unabhängige Händler, die ihre Geschäfte über die Plattform abwickeln. Im Vordergrund der Aktivitäten steht für beide Konzerne die langfristige Kundenbindung, gerade gegenüber kleineren und mittleren Unternehmen. „Das ist gut für kleine Handelsunternehmen mit 1 bis 2 Millionen Euro Jahresumsatz“, schränkt Bindler ein. „Für einen Anlagenbauer, der 80 Millionen Euro im Jahr erwirtschaftet, eignen sich diese Finanzierungen nicht.“

Mit dem Sprung in das Finanzierungsgeschäft machen die Internetunternehmen nach, was große Industriekonzerne wie General Electric und Automobilhersteller wie VW oder BMW vorge-

macht haben: „Die Hersteller bieten Finanzierungsleistungen an, um ihre Umsätze anzukurbeln“, sagt Martin Faust, Professor für Bankbetriebslehre an der Frankfurt School of Finance & Management. „Seit jeher haben fremde Unternehmen im Bankenbereich gewildert.“

Trotzdem beobachten die Banken die Entwicklung ganz genau. „Natürlich müssen wir unsere Geschäftsmodelle prüfen“, sagt Bindler. So ist das „Business Easy“-Angebot der Hypovereinsbank eine Antwort auf die wachsenden Multi-Channel-Bedürfnisse der Mittelständler. „Kleine und mittelständische Unternehmen verlangen schnelle Entscheidungen und einfache Produkte, die jederzeit und überall zugänglich sind“, erklärt Bindler. Ihren Vorteil sehen die Banken in der Infrastruktur. Institute wie Unicredit oder die Nord LB setzen nicht auf einzelne Produkte, sondern auf das Gesamtpaket. „In der Tiefe können bankfremde Anbieter das nicht bieten“, ist sich Bindler sicher, die die Entwicklungen sehr genau beobachtet. Dabei vermisst die Finanzierungsexpertin teilweise die Ernsthaftigkeit: „Die Ankündigungen sind mit wenigen Ausnahmen noch nicht mit Produkten hinterlegt.“ >>

Versicherungen

Hintergrund: Versicherungen stehen unter starkem Anlagedruck und wollen neue Geschäftsfelder erschließen. Denkbare Möglichkeiten sind die Finanzierung von Infrastruktur- und Immobilienprojekten, der Aufbau von Vertriebsplattformen sowie die Investition über Beteiligungen oder Anleihekäufe. Einige Häuser erwägen auch die direkte Kreditvergabe an Unternehmen.

MuM-Urteil: Versicherungen haben von allen Nichtbanken die besten Voraussetzungen, im Kreditgeschäft mitzuspielen. Allerdings müssten sie dazu Infrastruktur und Expertise in der Kreditabwicklung aufbauen. Das ist teuer und vielfach nicht gewollt. Die Institute werden sich deshalb eher auf Projektfinanzierung, Verbriefungen oder Investitionen in Unternehmensanleihen konzentrieren. Davon könnten größere Mittelständler mit guter Bonität profitieren.

Versicherungen suchen neue Geschäftsfelder in der Unternehmensfinanzierung.

Family-Offices

Hintergrund: Ähnlich wie die Versicherungen verfügen auch Family-Offices über einen hohen Liquiditätsüberhang. Auf der Suche nach interessanten und attraktiven Anlagezielen stehen deutsche Mittelständler ganz oben auf der Liste.

MuM-Urteil: Das gesteigerte Interesse der Family-Offices am Mittelstand wird so schnell nicht abebben. Investitionen finden allerdings überwiegend in Form von Beteiligungen statt. In den meisten Fällen streben die Investoren dabei eine Mehrheitsposition an. Kreditmittel werden, wenn überhaupt, abseits geregelter Märkte auf Basis persönlicher Kontakte zur Verfügung gestellt. Damit ergänzen Family-Offices das Angebot der Banken eher, als mit ihnen zu konkurrieren.

Vermögende Unternehmerfamilien investieren verstärkt in mittelständische Betriebe.

>> **Family-Offices** // Ihre Absichten bereits unter Beweis gestellt haben Family-Offices. Rund 20 Prozent der Mittel fließen in Mittelstandsbeteiligungen, schätzt Andreas Rhein vom Multi-Family-Office Focam. Für den Experten ist die Entwicklung nachhaltig und nicht allein durch den Liquiditätsüberhang getrieben. „Es ist die Kultur des Mittelstands, die begehrt ist.“ Gerade andere Unternehmer wissen das zu schätzen. Ziel der Family-Offices ist deshalb aber auch immer eine Beteiligung. Für Mittelständler eine gute Ergänzung der Wachstumsfinanzierung – Bankkredite allein reichen hier vielfach nicht aus.

Selber trauen sich die Family-Offices an die Kreditfinanzierung nicht heran. „Das passiert höchstens über persönliche Kontakte, ohne dass es jemand mitbekommt“, sagt Rhein. Einen geregelten Markt gibt es nicht. Die Zurückhaltung liegt jedoch nur zum Teil an den fehlenden rechtlichen Voraussetzungen. Family-Offices wollen nicht einseitig investieren, sondern das Vermögen diversifizieren. Aus diesem Grund werden auch Investitionen in einzelne Mittelstandsanleihen eher gescheut. „Wenn, dann wird in Portfolios aus unterschiedlichen Mittelstandsanleihen investiert“, berichtet Rhein. Trotz-

dem könnte es sich für Mittelständler lohnen, verstärkt auf private Kapitalgeber zuzugehen: „Hinter Family-Offices stehen erfolgreiche Unternehmer, die grundsätzlich bereit sind, in andere Unternehmen zu investieren“, sieht Faust Chancen.

Konzerne

Hintergrund: Deutsche-Bank-Chef Jürgen Fitschen fürchtet in Zukunft weniger andere Banken und Sparkassen als vielmehr die Microsofts und Googles dieser Welt. Denn die Internetriesen nutzen ihre Liquiditätsreserven und ihre Kundennähe, um eigene Angebote für die Finanzierung mittelständischer Unternehmen zu entwickeln. Programme wie „Amazon Lending“ oder „AdWords Business Credit“ von Google sind die ersten Schritte in diese Richtung.

MuM-Urteil: Im Bereich Zahlungsverkehr machen Google oder Paypal den Banken schon länger Konkurrenz. Jetzt steigen sie ins Kreditgeschäft ein. Bislang beschränken sich die Angebote jedoch auf Nischenbereiche und sind nur für bestimmte Unternehmen zugänglich. Für kleinere Kreditbeträge sind sie in Zukunft aber mit Sicherheit ein Thema.

Neben Family-Offices haben auch ausländische Investoren ein Auge auf den deutschen Mittelstand geworfen. „Angelsächsische Fonds positionieren sich in Zahlungsstromoptimierung und Forderungsankauf“, berichtet von Olnhausen. Auch projektbezogene Mezzanine-Finanziers tauchen wieder auf. „Mittelständler mit mittlerer Bonität sind für viele ausländische Investoren allemal interessanter als gut geratete Unternehmen aus anderen Ländern.“ Bevorzugte Branchen: klassische Felder wie der Maschinenbau. Allerdings beginnen die Volumina oft erst bei 10 bis 20 Millionen Euro. Gerade kleinere Mittelständler sind deshalb auch in Zukunft weiter auf die Banken angewiesen. Trotzdem ist der zunehmende Wettbewerb in der Kreditfinanzierung für die Unternehmen positiv. Zwar ist der Alternativmarkt noch nicht so groß, dass sie unabhängig von Branche und Finanzierungsvolumen frei auswählen können, aber wer Cherry-Picking betreiben möchte, dem eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten. Mit den Möglichkeiten steigt allerdings auch die Komplexität. Nur wer die Angebote kennt, kann sie auch nutzen. <<

axel.rose@marktundmittelstand.de