

Finanzportale

Die Loyalität zur Hausbank bröckelt

Finanzplattformen im Internet umwerben zunehmend mittelständische Geschäftskunden. Wer sind die neuen Anbieter? Und was können sie?

Kathinka Burkhardt Hamburg

Diesen Auftrag wollte Robert Kleinschmidt unbedingt: 2019 hatte der Flughafen Ljubljana den Bau von Gepäckförderanlagen für zwei Millionen Euro ausgeschrieben. Für den Geschäftsführer des mittelständischen Herstellers SRK Systems aus Hagen bedeutete das ein Prestigeprojekt mit großer Strahlkraft für die Zukunft. Der Haken an dem Auftrag: Die Slowenen wollten nur eine kleine Anzahlung leisten, SRK musste das Projekt vorfinanzieren. „Das hätten wir nicht aus eigenen Mitteln stemmen können“, sagt Kleinschmidt.

Noch in der Ausschreibungsphase machte er sich auf die Suche nach Fremdkapital. „Bisher hatten wir unser Geschäft eher kleinteilig über unsere Hausbank oder kleinere Investorenkredite finanziert. Für dieses Modell war der Auftrag aber zu groß.“

Im Internet stieß Kleinschmidt auf Creditshelf, eine Onlineplattform, die Kredite an mittelständische Unternehmen vergibt. Von der ersten Anfrage über die Homepage über die Bewer-

tung der Unternehmenszahlen von SRK Systems bis zur Kreditzusage in Höhe von 500.000 Euro vergingen nur wenige Tage. Kleinschmidt konnte mit seinem Team direkt starten.

Vergleichbare Situationen erleben Mittelständler regelmäßig: Die Abfüllanlage geht kaputt, günstige Einkaufspreise nötigen zum Aufstocken der Lagerbestände oder ein Wettbewerber steht unerwartet zum Verkauf. Ob vier-, fünf- oder siebenstellig, manchmal muss eine Finanzierung schnell stehen – oder zumindest ein erstes Austarieren der Möglichkeiten.

Jahrelang schienen Onlinefinanzierungen eine Domäne von Privatkunden zu sein. 2021 planten laut einer Umfrage der staatlichen Förderbank KfW nur zwei Prozent der befragten mittelständischen Unternehmen, eine Internetplattform für eine anstehende Finanzierung zu nutzen. Nach Berechnungen des Handelsblatts dürften die hierzulande tätigen Plattformen inzwischen auf mehr als eine Milliarde Euro Neugeschäft pro Jahr kommen.

Experten sehen zwei Gründe, weshalb bei Unternehmern die bisherige Zurückhaltung gegenüber Finanzie-

rungen aus dem Netz schwindet: Aufgrund der vielen Filialschließungen der vergangenen Jahre, aber auch durch die Folgen der Coronapandemie ist die einst enge Beziehung zu den Kundenberatern der Banken und Sparkassen nicht mehr so eng, wie sie einmal war. So nahmen der KfW-Befragung zufolge 2021 nur noch halb so viele Firmenkunden einen Gesprächstermin in einer Filiale wahr wie 2017.

Buhlen um die Skeptiker

Zudem sind Unternehmer nicht den ganzen Tag lang nur Unternehmer. Wie alle Konsumenten kennen auch sie digitale Plattformen vom privaten Shopping, Ratenkauf, Nullzins-Finanzierung und Bezahlen via Paypal oder Klarna gehören vor allem bei jüngeren Selbstständigen zur regelmäßigen Einkaufspraxis. Auch die Preise von Fernsehern, Autos und Versicherungen checken Kunden heute ganz selbstverständlich vorab im Internet – und schließen immer öfter auch die entsprechenden Verträge dort ab. Die Erfahrung mit den Plattformen wächst – und damit auch das Interesse an gewerblichen Onlinefinanzierungen.

Zumal die digitalen Konkurrenten noch einen weiteren Vorteil gegenüber analogen Kreditinstituten vorweisen können. „Sie bieten Unternehmern einen echten Überblick über den Markt und Lösungen abseits der Produktpalette der Hausbank“, sagt Frank Wüller. 2011 gründete der ehemalige Berater die Onlineplattform Compeon, die mit rund 300 Anbietern aus den Bereichen Kreditvergabe, Factoring und Leasing zusammenarbeitet. Der Vergleich der unterschiedlichen Konditionen und Möglichkeiten wird für Mittelständler gerade in Zeiten gestiegener Zinsen immer relevanter.

Es lohnt sich allerdings, genau hinzusehen, denn es gibt zum Teil erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Plattformmodellen. So verkaufen Compeon oder Fincompare keine eigenen Kredite, sondern vergleichen Angebote von bis zu 300 Anbietern und vermitteln ihren Kunden passende Kredite und Finanzierungs Pakete von verschiedenen Kreditinsti-

300

Anbieter

von Unternehmenskrediten und Finanzlösungen finden Kunden bei Onlinedienstleistern.

Quelle: Compeon

tuten, Förderbanken oder anderen Finanzdienstleistern.

Benötigt ein Betrieb etwa eine neue CNC-Fräsmaschine für 50.000 Euro, gibt der Unternehmer sein Anliegen sowie das gewünschte Finanzierungsvolumen online in die Suchmaske ein. Wie bei einem Vergleichsportale gleicht eine Software die Kennzahlen des Kunden mit den Kreditvorgaben und Konditionen der Partnerinstitute ab und stellt eine Angebotsliste zusammen. „Das geht für strukturell einfache Vorhaben mehr oder weniger just in time“, sagt Wüller, der Compeon nach dem Verkauf des Unternehmens an Dock Financial vor Kurzem verlassen hat. Ein Volumen von 700 Millionen Euro habe das Unternehmen auf diese Weise 2022 vermittelt.

Anders funktionieren Kreditplattformen wie CreditshelF, das Schweizer Unternehmen Teylor oder der französische Anbieter Silvr, der sich gerade bemüht, in Deutschland Fuß zu fassen. Diese Fintechs sammeln Kapital von Investoren ein und geben es als eigenen Kredit an Mittelständler weiter. Jeder dieser Finanzmarktplätze verfügt über eine eigene Technologie, mit der teilweise binnen weniger Minuten die Kennzahlen eines Unternehmens bewertet werden und ein darauf abgestimmtes Finanzierungsangebot unterbreitet wird. Die Kosten trägt der Kunde über die Zins- und Tilgungskonditionen. Wird eine individuelle Beratung gewünscht, können weitere Kosten anfallen.

Des Weiteren gibt es sogenannte Vertriebsplattformen, die zwar ebenfalls günstige Kredite anbieten, aber keinen umfangreichen Marktüberblick, da sich hinter der Onlinefassade klassische Kreditinstitute verbergen. So steht etwa hinter Lendico die Direktbank ING. Ein anderes Modell verfolgt die Deutsche Firmenkredit Partner (DFKP), über deren Suchmaske Unternehmen ihr Finanzierungsvorhaben eingeben können, eine Kre-

ditvermittlung aber erst nach einem Beratungsgespräch erfolgt. Kosten entstehen den Kunden erst bei Vertragsabschluss.

Auch Kreditvermittler wie Compeon und Marktplätze wie CreditshelF verfügen über Beraterteams und bieten diesen Service den Besuchern ihrer Websites an. Denn auch im Digitalzeitalter besprechen Unternehmer komplexe Finanzierungsvorhaben nach wie vor am liebsten mit einem menschlichen Experten.

Auch für Kunden, die prinzipiell bei einer klassischen Bank bleiben möchten, bietet die Onlinesuche Vorteile, etwa wenn das Kreditangebot der Hausbank unbefriedigend ausfällt.

„Kosten und Zeit, die der Kunde auf der Suche nach Angeboten verschiedener Banken aufwenden muss, lassen sich stark minimieren“, sagt der langjährige Compeon-Geschäftsführer Wüller. Onlineportale böten eine hohe Markttransparenz, was wichtig für die Entscheidungsfindung sei.

Und für die Suche nach Alternativen. Vor dem Hintergrund der schwächer werdenden Bindung zwischen Firmen und Hausbanken hoffen die Onlineangreifer, auch bisher skeptische Gewerbetreibende überzeugen zu können. „Je kleiner das Unternehmen, desto weniger professionell ist es in der Regel in Finanzierungsfragen aufgestellt“, sagt Wüller. Mittelständler sollten daher „externe Expertise abseits von Steuerberater und Hausbank stärker in Betracht ziehen“.