Factoring: Zielgruppe kleiner **Mittelstand**

Von Hauke Kahlcke

Eine Marktlücke wollten die Kreditgenossen mit der Gründung der VR Factorem vor knapp vier Jahren nutzen: Das Unternehmen spricht kleinere mittelständische Firmenkunden an, für die es bis dahin ob der mangelnden Größe kaum passende Angebote im Bereich des Factoring gegeben habe, so Hauke Kahlcke. Den Löwenanteil des Neugeschäfts generieren inzwischen die genossenschaftlichen Primärbanken. Als Erfolgsfaktoren für diese Partnerschaft gelten dem Autor die Kooperation im Vertrieb sowie die Einbindung der Institute in die Refinanzierung des Factoring-Angebotes. Red.

Der Factoringmarkt boomt seit Jahren. Dennoch war es für kleinere Unternehmen häufig schwer, ein passendes Factoringangebot zu finden, weil sich die Factoringgesellschaften fast ausschließlich auf Großkunden konzentrierten. Ganz anders bei unseren europäischen Nachbarn, wo Factoring traditionell auch von kleinen Unternehmen als Finanzierungsinstrument genutzt wird. Während in Großbritannien oder Frankreich der durchschnittliche Umsatz je Factoringkunde zwei Millionen Euro beträgt, sind es hierzulande noch immer mehr als zehn Millionen Euro.

Vor diesem Hintergrund wurde Ende 2003 die VR Factorem gegründet, die ihr Factoringangebot von Anfang an auf mittelständische Unternehmen, zunächst mit einem Jahresumsatz ab einer Million Euro, ausgerichtet hat. Dabei arbeitet sie eng mit den Genossenschaftsbanken vor Ort zusammen. Mit Erfolg, denn auch im zurück liegenden Jahr konnte der Factoringumsatz um mehr als 43 Prozent gesteigert und damit das Gesamtmarktwachstum deutlich übertroffen werden.

Primärbanken in Refinanzierung einbezogen

Seit 2007 gibt es von der VR Factorem auch ein Angebot für Unternehmen ab einem Jahresumsatz von 500 000 Euro. Für diesen Kundenkreis hat der Factoringmarkt bislang nur wenig bereitgehalten.

Entweder genügten die angebotenen Leistungen nicht den Anforderungen oder sie waren zu teuer. Mit unserem neuen Produkt wird genau diese Lücke gefüllt. Außerdem wird damit der großen Nachfrage der Genossenschaftsbanken Rechnung getragen, auch kleineren Mittelständlern eine attraktive Factoringlösung anbieten zu können. Immerhin befinden sich im Umsatzsegment 0,5 bis eine Million Euro fast 20 Prozent aller Unternehmen in Deutschland.

Zum Autor

Hauke Kahlcke ist Geschäftsführer, VR FACTOREM GmbH, Eschborn.

Die Zusammenarbeit mit den genossenschaftlichen Primärbanken hat sich sehr positiv entwickelt. Mittlerweile vermitteln diese mehr als 90 Prozent aller VR Factorem-Neukunden und nutzen Factoring als festen Bestandteil einer ganzheitlichen Kundenberatung. Neben der konsequenten Ausrichtung des Factoringangebots auf die Kernklientel der Volksbanken Raiffeisenbanken sind dafür die enge Kooperation im Vertrieb und die Einbeziehung der Banken in die Refinanzierung der angekauften Forderungen verantwortlich. Mit Letzterer profitiert eine Bank auch vom Zinsertrag und vom Kreditvolumen eines Geschäfts.

Vorteilhaft für die gesamte Factoringbranche erweist sich die deutlich gestiegene Akzeptanz des Produkts. Hatte Factoring noch vor Jahren unter dem Image eines „Insolvenzvorboten" zu leiden, ist es heute eine anerkannte Form der Unternehmensfinanzierung. Eine ganz ähnliche Entwicklung durchlief das Leasing vor zehn bis 15 Jahren.

Dr. Alexander Moseschus, Geschäftsführer des Deutschen-Factoring Verbandes: „Branchenuntersuchungen belegen, dass Unternehmen, die Factoring nutzen, mit dem Produkt überwiegend sehr zufrieden sind. In einer jüngsten Untersuchung gaben 83 Prozent der befragten Unternehmen an, dass sie durch Factoring neue Liquidität

Umsatzentwicklung Factoring in Milliarden Euro					
	2002	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**
Deutschland	30,2	35,1	45,0	55,1	72,0
Frankreich	67,4	73,2	81,6	89,0	100,0
Italien	134,8	132,5	121,0	111,2	120,4
Spanien	31,6	37,5	45,4	55,5	66,8
Großbritannien	156,7	160,8	184,5	237,2	248,8
Quelle: Factors Chain International, 2006					

gewonnen haben. 66 Prozent konnten ihre Eigenkapitalquote erhöhen und 40 Prozent ihr Rating verbessern. Nur in knapp sieben Prozent der Fälle waren die Abnehmer der Factoringnutzer durch den Einsatz von Factoring zunächst ‚irritiert'."

Die aktuellen Marktzahlen bestätigen diese positiven Umfragewerte. Seit 2000 weist der deutsche Factoringmarkt im Durchschnitt Wachstumsraten von jährlich 20 Prozent auf. Im vergangenen Jahr legte der Factoringumsatz sogar um 30,7 Prozent auf 72 Milliarden Euro zu. „Trotz dieser Erfolgszahlen hat sich Factoring bei uns bisher noch nicht in dem Umfang durchsetzen können, wie in anderen Industrienationen", so Moseschus.

„Während die Factoringquote in Deutschland bei knapp drei Prozent liegt, erreichen andere Länder wie Frankreich (über fünf Prozent), Italien (knapp acht Prozent) und Großbritannien (rund 14 Prozent) deutlich höhere Werte. Factoring hat bei uns noch beachtliches Potenzial, um durch das Bereitstellen von frischer Liquidität einen Beitrag zum Aufschwung des Mittelstandes in unserem Land zu leisten."

„Das Factoring bietet sich für stark wachsende Unternehmen mit einer Handelsprägung an."

Fragen an Wilhelm Höser

Als Baustein einer vollständigen Produktpalette der Wachstumsfinanzierung habe sich das Finanzprodukt Factoring seit Jahren etabliert, so Wilhelm Höser. Red.

Welche strategische Bedeutung hat das Factoring für das Geschäft Ihrer Bank?

Grundsätzlich ist es für die Westerwald Bank wesentlich, alle durch den Kunden gesuchten Finanzprodukte direkt oder durch Partner anbieten zu können. Hierzu gehört natürlich auch das Factoring als Baustein der Wachstumsfinanzierung.

Wie reagieren Ihre mittelständischen Kunden auf das Angebot des Factoring? Haftet ihm noch immer ein „Schmuddelimage" an?

Die Bewertung Factoring und „Schmuddelimage" ist seit vielen Jahren überholt. Unabhängig von der Bonität des Unternehmens ist Factoring längst ein etabliertes Finanzprodukt und eine Finanzierungsalternative zu einer Direktfinanzierung der Bank.

Welchen Kunden bieten Sie eher den Kredit an und welchen Kunden eher das Factoring?

Das Factoring bietet sich insbesondere für stark wachsende Unternehmen mit einer Handelsprägung an. Hier ist oftmals ein hohes Finanzierungsvolumen auch im Verhältnis zum Eigenkapital erforderlich. Insoweit müssen viel stärker als in Standardfinanzierungen, Finanzierungslösungen auf die Forderungen als Bewertungseinheit abgestellt werden.

Wilhelm Höser, Vorstandsmitglied, Westerwald Bank eG, Hachenburg

Welchen Anteil Ihrer Kunden, die an der Finanzierungsart interessiert sind, müssen Sie abweisen – zum Beispiel wegen wenig werthaltigen Forderungen, mangelnder Bonität oder unsicherer Ertragskraft des Unternehmens?

Die Frage der Forderungsqualität ist grundsätzlich entscheidend, um eine Factoringlinie einzuräumen. Die Werthaltigkeit der Forderungen ist auch im laufenden Bankgeschäft für die Beurteilung der Bonität des Unternehmens wesentlich.

In welchen Branchen hat sich das Factoring als Finanzierungsalternative durchgesetzt? Wo bestehen noch Potenziale?

Sicher gibt es bestimmte Schwerpunktbranchen für das Factoring, allerdings wäre eine Segmentierung auf Branchen eine zu starke Eingrenzung. Wesentlicher ist hier eine starke Wachstumsausrichtung und/oder eine verstärkte Handelsorientierung des Unternehmens.