

## Firmenkundengeschäft

## Fintech-Wettbewerb erreicht den Firmenkredit

Online-Kreditgeber dringen in eine der letzten Domänen der Banken vor: das Geschäft mit Firmenkunden. Mehr als jeder vierte Bankentscheider (28 Prozent) sieht in den sogenannten Lending- und Kreditplattformen eine ernsthafte Bedrohung für das eigene Firmenkundengeschäft, so der Branchenkompass Banking 2017 von Sopra Steria Consulting und dem F.A.Z.-Institut.

Ein Beispiel für eine Lending-Plattform, die ins B2B-Geschäft vordringt, ist das Fintech Firstwire, das großvolumige Kredite für Kommunen und Unternehmen überregional zu vermitteln plant. Compeon ist hingegen in der Mittelstandsfinanzierung engagiert und drängt sich als digitaler Vermittler zwischen Firmenkunden und Institute. Unternehmen mit Finanzierungsbedarf können diesen auf dem Portal ausschreiben, und die angeschlossenen Banken geben bei Interesse ein Angebot ab. Dabei wagt sich die Plattform auch an komplexere Produkte: Neben Krediten, Darlehen und Leasing werden Factoring und alternative Finanzierungen wie Mezzaninekapital, Einkaufs- und Projektfinanzierungen und Private Debt vermittelt.

55 Prozent stufen solche Fintech-Angebote als Risiko ein. Im Durchschnitt aller befragten Entscheider nehmen 42 Prozent die Fintech-Konkurrenz als kritisch wahr. Das liegt nicht zuletzt daran, dass Kooperationen mit Fintechs oder entsprechende eigene Angebote im Firmenkundengeschäft noch längst nicht so etabliert sind wie im Privatkundengeschäft. Hier muss sich die Kreditwirtschaft offenbar erst auf den neuen Wettbewerb einstellen.

Rund die Hälfte für die Studie befragten Institute will sich in den nächsten drei Jahren auf den weiteren Ausbau der eigen-

nen digitalen Plattformen konzentrieren. 18 Prozent verfolgen die Sowohl-als-auch-Strategie, indem sie als Produktgeber parallel zum eigenen Portalgeschäft Geschäft in die Plattformen integrieren. Natürlich kann man sich fragen, warum das bislang noch nicht geschehen ist. Denn wenngleich sich die Fintechs zunächst meist auf die privaten Kunden konzentrierten, war es nur eine Frage der Zeit, bis sich das ändern würde. Vielleicht haben sich Banken und Sparkassen ein bisschen zu sehr auf die vergleichsweise enge Bindung von Unternehmen an ihre Bank und die im Vergleich zum Privatkundengeschäft höhere Loyalität verlassen. Gut möglich ist es aber auch, dass der Handlungsbedarf schon länger erkannt ist, die Dringlichkeit im Vergleich mit anderen Baustellen – von der Regulierung bis hin zum Umbau von Geschäftsmodellen im Privatkundengeschäft – aber nicht ganz so hoch eingestuft wurde, sodass entsprechende Maßnahmen angesichts knapper Ressourcen erst einmal zurückgestellt wurden.

Das muss nicht unbedingt ein Schaden sein, vorausgesetzt, die Branche reagiert entsprechend schnell. Mittlerweile hat sich im Privatkundengeschäft gezeigt, dass sich Fintech-Modelle auch im Bankgeschäft integrieren lassen und Kooperationen möglich sind. Die hier gesammelten Erfahrungen sollten sich durchaus für die Weiterentwicklung des Firmengeschäfts in Sachen Digitalisierung nutzen lassen. Im B2B-Geschäft spielt überdies noch ein weiterer Aspekt eine Rolle: So bietet die Kooperation mit Lending-Plattformen die Möglichkeit, auch solchen Kunden weiterhelfen zu können, denen man auf Basis der herkömmlichen Prozesse und Vorgaben kein passendes Angebot machen könnte. **Red.**