



Constantin Fabricius

Mitgestaltung des Wandels zur digitalen Mittelstandsfinanzierung

Laut einer repräsentativen Befragung von über 200 Finanzentscheidern im deutschen Mittelstand zählt die forcierte Digitalisierung zum wichtigsten strategischen Ziel in den kommenden Monaten.¹⁾ Neben ihren eigenen Geschäfts- und Fertigungsprozessen wird das Thema Digitalisierung aber auch das Firmenkundengeschäft der Hausbanken stark prägen. Hier ist die Corona-Pandemie ein wichtiger Treiber.

Durch die Lockdowns ist der Mittelstand in seiner ganzen Breite auf den Geschmack gekommen und nutzt jetzt im-

verlieren? Und wie könnte eine gemeinsame Vision für das Firmenkundengeschäft 4.0 für mehr Wachstum und Beschäftigung im Mittelstand aussehen?

Nach einer Studie aus dem Jahr 2020 sahen 83 Prozent der Befragten die Schnelligkeit von Kreditentscheidungen sowie 91 Prozent die Vorabeschatzung über die Wahrscheinlichkeit einer Kreditzusage als wichtig bis sehr wichtig an.²⁾ Für knapp 40 Prozent von ihnen hatte die Beratung in der Bankfiliale (fast) keine Relevanz mehr. Konkret erschien für 77 Prozent die ganzheitliche digitale Kreditberatung,

gitalisierung und Automatisierung von Kreditprozessen sind gerade jetzt im Niedrigzinsumfeld entscheidende Wettbewerbsfaktoren.⁴⁾

Online-Kreditmarktplätze haben dem Mittelstand schon immer ein optimales digitales Kundenerlebnis geboten. Finanzierungsanfragen können bequem aus dem Homeoffice und zügig durch weitgehend automatisierte Prozesse beantwortet werden. Externe Quellen wie beispielsweise die Bonitätsauskünfte von Creditreform oder der Schufa flossen schon zu einer Zeit über Schnittstellen mit in die Unternehmensbewertung ein, als die ersten Banken begannen, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Und um ein möglichst einfaches, schnelles, intuitives Onboarding zu ermöglichen, wird auf digitale Identitätslösungen zurückgegriffen. Das spart Kosten, Zeit, Bürokratie – und schont die Nerven der Kunden. Hier bewähren sich in der Praxis Kooperationen mit vollintegrierten Plattformen von Ident-Anbietern, wie etwa IDnow oder Authada, die in ihrem Lösungsportfolio eine breite Palette von digitalen Identifizierungsverfahren anbieten. Ihre Einbindung unterstützt die Bemühungen der Kreditplattformen, ihr digitales Geschäftsmodell auszubauen und flächendeckend einzusetzen.

„Die einfache und schnelle digitale Lösung rückt in den Fokus.“

mer öfter digitale Kanäle. Während vor Ausbruch der Pandemie für viele Unternehmen der persönliche Kontakt zu ihrem Kundenberater in der Filiale von zentraler Bedeutung war, rückt jetzt immer stärker die einfache und schnelle digitale Lösung in den Fokus, wenn es um die nächste Finanzierung geht.

Der digitale Status quo von Kreditplattformen

Wie packen die Kreditplattformen, die auf ihren Online-Marktplätzen das Kapital privater und institutioneller Investoren mit den Fremdfinanzierungswünschen des Mittelstands verknüpfen, das Thema Digitalisierung an? Was hätten Banken durch eine Kooperation mit Kreditplattformen zu gewinnen – oder zu

-beantragung und -verwaltung ein wichtiges bis sehr wichtiges Ziel. Die Befragung wurde im ersten Viertel der Pandemie durchgeführt. Es ist nach nunmehr zwei Jahren, in denen das Covid-19-Virus die Menschheit peinigt, sehr wahrscheinlich, dass diese Zahl gestiegen ist.

Wo stehen die Kreditplattformen? Die Studienergebnisse sprechen dafür, dass ihre strategische Entscheidung richtig war, von Anfang an auf flexible und digitale Strukturen zu setzen, die in moderner IT-Architektur, robusten, proprietären Risikomodellen sowie schnellen und kosteneffizienten Prozessen ihren Ausdruck finden. Intelligente Kreditvergebetechnologien haben das Potenzial, die Bearbeitungszeiten von 20 Tagen auf 10 Minuten zu verkürzen und die Margen um mehr als 50 Prozent zu erhöhen.³⁾ Di-

Zurückhaltung der Banken bei Kooperationen

Man könnte nun meinen, dass sich Banken und Kreditplattformen bereits viel zu erzählen gehabt hätten. Denn es ist ja nicht nur die digitale Herausforderung, die viele Institute erst verspätet für sich



Constantin Fabricius



Geschäftsführer, Verband deutscher Kreditplattformen e.V., Berlin

Laut dem Autor ist der Mittelstand durch den Corona-Lockdown „auf den Geschmack gekommen“ und nutze nun noch intensiver digitale Kanäle. Der Besuch beim Kundenberater verliere weiter an Bedeutung. Digitalisierung und Automatisierung von Kreditentscheidungen seien daher gerade jetzt im Niedrigzinsumfeld ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Dennoch habe es bislang erstaunlich wenig Austausch zwischen Banken und Kreditplattformen gegeben. Neben der digitalen Herausforderung sieht Fabricius aber auch durch „Basel IV“ regulatorische Herausforderungen, die für eine intensivere Zusammenarbeit sprechen, da dadurch das Kreditangebot der Banken sinke und die Plattformen diese Finanzierungslücke schließen könnten. Jedoch könnten sich laut einer Umfrage nur 33 Prozent der Banken externe digitale Lösungen durch Fintechs vorstellen. Dabei würde eine Kooperation von Banken und Kreditplattformen Mehrwerte für Firmenkunden schaffen, aber auch für die Kreditinstitute und Plattformen. (Red.)

angenommen haben, sondern seit einiger Zeit auch wieder verstärkt die regulatorische. Perspektivisch wird Basel IV zusätzlich auf die Marge drücken und voraussichtlich dazu führen, dass das Kreditangebot der Banken sinkt.⁵⁾ Hier könnten die Fintechs mit ihrem Know-how, ihren im echten Leben erprobten Prozessen und Technologien sowie ihrem am Kapitalmarkt eingesammelten Geld privater und institutioneller Investoren vieles bewirken. Tatsächlich gibt es auch bereits

sehr erfolgreiche Kooperationen, wie etwa die Beispiele der Commerzbank und der Sparkasse Bremen zeigen, die mit dem Marketplace Lender Creditshelf für eine optimierte Kreditversorgung ihrer Firmenkunden zusammenarbeiten.

Zahlen belegen allerdings, dass das Interesse an externen digitalen Lösungen durch Fintechs branchenweit nur mäßig ausgeprägt ist. Das konnten sich gerade einmal 33 Prozent von befragten Kreditinstituten vorstellen.⁶⁾ Ganz sicher ist diese Haltung nicht im Interesse des Mittelstands. Nach einer anderen Studie haben sich nämlich schon 64 Prozent der befragten Unternehmen mit Alternativen auf dem Markt für Mittelstandskredite beschäftigt; weitere 22 Prozent halten das

Kreditplattformen zu suchen. Insoweit können diese als Vertriebspartner agieren und für die so wichtige Kundenzufriedenheit sorgen. Dabei handelt es sich weniger um ein Konkurrenzverhältnis als vielmehr um sich ergänzende Geschäftsmodelle, die dem Mittelstand die bestmögliche Finanzierungsstrategie erlauben. Zugleich wird eine drohende Finanzierungslücke verhindert, was im gesamtwirtschaftlichen Interesse an mehr Wachstum und Beschäftigung liegt.

Diese Zusammenarbeit funktioniert in beide Richtungen und auf verschiedenen Ebenen. So können die Banken etwa auch in Betracht ziehen, gleich die ganze Kreditrisikoanalyse an das Fintech auszulagern oder aber das entsprechende

„Eine Kooperation von Banken und Kreditplattformen kann wichtige Mehrwerte für Firmenkunden schaffen.“

zukünftig für denkbar.⁷⁾ Hierbei spielt natürlich auch eine Rolle, dass eine digitalaffine Generation von Führungskräften herangewachsen ist und sukzessive die Leitung in den Unternehmen übernimmt, die die Bankfiliale oftmals nur noch aus Erzählungen kennt. Für manche von ihnen mag der letzte Besuch vielleicht noch mit dem Weltspartag irgendwann in Kindertagen zusammengefallen sein. Ihre Welt sind heute Amazon, Auxmoney, Investidor & Co. Ist es da nicht höchste Zeit, in neuen Zusammenhängen zu denken?

Zielbild: Ökosystem für ein Höchstmaß an Kundenzufriedenheit

Eine Kooperation von Banken und Kreditplattformen kann wichtige Mehrwerte für Firmenkunden schaffen. Ausgangspunkt ist die Überlegung, wie man ihre Erwartungen bestmöglich erfüllt. Papierlos, einfach und schnell soll es sein,⁸⁾ und natürlich muss die gewünschte Finanzierung klappen. Wenn Banken das nicht liefern können oder wollen, weil sich etwa die Kreditanfrage außerhalb ihres Zielmarktes bewegt, bietet sich an, eine Lösung über die Zusammenarbeit mit

Know-how zu übernehmen. Ebenso könnte man an die Entwicklung ganzer Service-Bündel als neuartige „Finanzierung Plus“-Produkte denken. Die Möglichkeit für die Kreditinstitute, die Kundenschnittstelle auf diese Weise optimal zu bedienen und neben dem Zinsgeschäft den Provisionsertrag zu steigern, ist jedenfalls nicht nur in der aktuellen Zinssituation attraktiv.

Damit sollte es in einem derartigen Ökosystem eigentlich nur Gewinner geben, zu denen natürlich auch die Kreditplattformen zählen. Über die Zusammenarbeit öffnen sich für sie nämlich neue Vertriebskanäle zu den Bestandskunden der Banken. Tatsächlich aber verhalten sich viele von ihnen zurückhaltend, weil sie den vollständigen Verlust der Kundenschnittstelle befürchten. Mit Blick auf die aktuell laufende Untersuchung der Europäischen Kommission zu einem möglichen EU Referral Scheme, „das Banken in die Pflicht nimmt, KMU, deren Kreditantrag sie abgelehnt haben, an alternative Geldgeber weiterzuverweisen“,⁹⁾ ist fraglich, ob diese Skepsis noch in die Zeit passt. Die Politik akzeptiert keine Finanzierungslücken. Davon weiß die Kommis-



sion aber ausführlich zu berichten.¹⁰⁾ Es gibt nicht wirklich viele Menschen, die bezweifeln, dass man hier deshalb eine EU-weite Regulierung sehen wird. Voraussichtlich wird es dabei auch keine Rolle spielen, dass – glücklicherweise – die Lücke in Deutschland vergleichsweise

In den Unternehmen hat man die Bedeutung digitalisierter Geschäftsabläufe und Produktionen erkannt. Die Industrie 4.0 wird den Mittelstand massiv verändern. Parallel übernimmt eine junge, digitalaffine Generation von Managerinnen sukzessive die Führungspositionen. Sie den-

„Die Industrie 4.0 wird den Mittelstand massiv verändern.“

kleiner ist als – leider – etwa in Griechenland, dem EU-Mitgliedsstaat mit der größten KMU-Finanzierungslücke. Vor diesem Hintergrund muss jetzt jede Bank für sich die strategische Entscheidung treffen, ob die Zeit reif ist, ihre Befürchtungen zu überwinden und gemeinsam mit den Kreditmarktplätzen nach neuen, für den Mittelstand attraktiven Lösungsansätzen für das Firmenkundengeschäft 4.0 zu suchen.

Prozess konstruktiv gestalten

In digitale Kreditvergleichsplattformen aber sollten sie möglicherweise nicht allzu viel Hoffnung stecken, auch wenn etwa die IKB mit der Gründung ihres „Finanzierungsmarktplatzes“ zu Beginn des Jahres vermutlich genau dieses Signal hatte aussenden wollen.¹¹⁾ Typischerweise schaffen die Vergleichsplattformen keine zusätzlichen, neuen Finanzierungsangebote, wie es bei den Kreditmarktplätzen durch die Anbindung privaten und institutionellen Kapitals der Fall ist. Sie stellen lediglich ein bereits bestehendes Kreditangebot in ihr Schaufenster – nur anders verpackt. Damit aber ist noch keine einzige Lücke gefüllt, die Basel IV in die Mittelstandsfinanzierung durch Banken reißt. Ein weiteres Manko ist, dass die Vergleiche keinen proprietären Kreditprozess mit selbstentwickelten Scoring- oder Rating-Modellen vorhalten, sondern bloß die Matrix der jeweiligen Banken, deren Angebote sie vermitteln, über die Anfrage legen.¹²⁾ Der innovative Schub intelligenter und robuster digitaler Risikomodelle, wie sie die Kreditmarktplätze selbst entwickeln, erreicht diese Kreditprojekte also erst gar nicht.

ken und handeln papierlos, einfach und schnell. Zu ihrer Finanzierungspartnerin wird, wer zu den strategischen digitalen Überlegungen passt und innovative Anstrengungen erkennen lässt. Banken und Kreditplattformen bringen alles mit, um diese Herausforderung als Teile eines intelligenten Ökosystems anzupacken. Es spricht viel dafür, diesen Prozess jetzt konstruktiv mitzugestalten, weil die Kombination aus Basel IV und Referral Scheme ein disruptives Potenzial entfalten könnte, das noch so manches „Naturgesetz“ infrage stellt.

Fußnoten

- 1) „Finanzierungsmonitor 2021“, Studie von creditshelf unter wissenschaftlicher Begleitung der TU Darmstadt – <https://www.creditshelf.com/finanzierungsmonitor-2021> (Abruf: 20.03.2022), S. 10.
- 2) „Kreditmanagement im Wandel der Digitalisierung 2020“, Studie der Unternehmensberatung CAPCO – <https://www.capco.com/intelligence/capco-intelligence/kreditstudie-2020-whitepaper> (Abruf: 20.03.2022), S. 7.
- 3) „Accelerating SME lending – How digital technology enables SME lenders same day financing“, Studie von Medici und Spotcap – <https://smebanking.agency/club/resources/18079-accelerating-sme-lending/> (Abruf: 20.03.2022), S. 11, Abb. E. und F.
- 4) „Industrialisierung des Kreditgeschäfts – Status Quo und Perspektive des Kreditgeschäfts in Deutschland“, Studie von PwC – <https://www.pwc.de/de/finanzdienstleistungen/pwc-studie-industrialisierung-kreditgeschaef-2019-auszug.pdf> (Abruf: 20.03.2022), S. 13f.

5) Unternehmensfinanzierung Aktuell v. 01.12.2021 – https://bankenverband.de/media/files/2021-12-01-Unternehmensfinanzierung_AKTUELL_Dezember_2021.pdf (Abruf: 20.03.2022), S. 9: „Anstiege der Kapitalanforderungen lassen bankseitig die Kosten für die Vergabe von Krediten oder auch die Bereitstellung von Derivaten, Kreditlinien, Garantien für Unternehmen und Handelsfinanzierungen steigen. Dies kann sich wiederum negativ auf die Verfügbarkeit der entsprechenden Finanzierungen und Instrumente für Bankkunden auswirken.“

6) „Kreditmanagement im Wandel der Digitalisierung 2020“, Studie der Unternehmensberatung CAPCO – <https://www.capco.com/intelligence/capco-intelligence/kreditstudie-2020-whitepaper> (Abruf: 20.03.2022), S. 17. An der Studie teilgenommen haben Banken aus dem privaten, öffentlichen und aus dem genossenschaftlichen Bereich sowie Sparkassen.

7) „Future of SME Lending“, Studie von Roland Berger und creditshelf – <https://www.rolandberger.com/de/Insights/Publications/SME-Lending-im-Wandel-Chancen-zur-Entwicklung-zukunftsorientierter.html> (Abruf: 20.03.2022), 13.

8) „Der digitale SME-Kredit in Deutschland“, Studie von Barkow Consulting in Zusammenarbeit mit der Solaris Bank – https://www.solarisbank.com/content/solarisBank_SME-Kredit_Studie.pdf (Abruf: 20.03.2022), S. 7.

9) Anhang der Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Eine Kapitalmarktunion für die Menschen und Unternehmen – neuer Aktionsplan v. 24.09.2020, COM(2020) 590 final – https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:61042990-fe46-11ea-b44f-01aa75ed71a1.0003.02/DOC_2&format=PDF (Abruf: 20.03.2022), S. 3.

10) Call for feedback to stakeholders on the feasibility assessment for a potential EU referral scheme v. 12.03.2021 – https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/2021-eu-referral-scheme-consultation-document_en.pdf (Abruf: 20.03.2022), S. 4.

11) „IKB steigt in die digitale Vermittlung von Mittelstandskrediten ein“, Handelsblatt vom 19.10.2021 – <https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/banken/joint-venture-mit-hypoport-ikb-steigt-in-die-digitale-vermittlung-von-mittelstandskrediten-ein/27717818.html> (Abruf: 20.03.2022).

12) „Marktüberblick und Einschätzung aktueller digitaler Finanzierungsmodelle“, Stephan Schneider, VdK Quarterly Briefing 01/21 – <https://kreditplattformen.de/qb-01-2021-marktueberblick-und-einschaetzung-aktueller-digitaler-finanzierungsmodelle/> (Abruf: 20.03.2022).

Der Autor vertritt in dem Beitrag ausschließlich seine persönlichen Ansichten.

Bleiben Sie immer auf dem neuesten Stand!

Ihre Kreditwesen-Redaktion informiert täglich in der Rubrik „Tagesmeldungen“. Folgen Sie uns auf



oder besuchen Sie uns unter

www.kreditwesen.de/tagesmeldungen