

credit shelf

N°07 | Dezember 2019

magazin

Wir gestalten Mittelstandsfinanzierung.
Einfach. Schnell. Innovativ.

Seite 19

AUS DER PRAXIS

Kuhne Anlagenbau produziert Maschinen für die Verpackungsherstellung – international, mitarbeiterfreundlich, intelligent finanziert

Seite 24

IMPULSE

Unser Blick auf 4.000 Jahre Kreditwesen zeigt: Nie war es für Unternehmer so leicht wie heute, an fremdes Kapital zu gelangen





SMART-COMPANY-SCHNELLCHECK

Die Zukunft ist digital. Ihr Unternehmen auch?

Experten sind sich einig: Digitalisierung ist der Schlüssel, um konkurrenzfähig zu bleiben! Deshalb sollte kein Unternehmen diesen Trend verschlafen, sondern wissen, wo es in Sachen digitaler Wandel steht.

MACHEN SIE JETZT DEN TEST!

Beantworten Sie in nur wenigen Minuten zwölf Fragen und finden Sie heraus, wie smart und digital Ihr Unternehmen aufgestellt ist.

Das Ergebnis gibt es sofort: Sie erhalten eine fundierte und professionelle Auswertung, die nicht nur die Chancen

Ihres Unternehmens aufzeigt, sondern Ihnen auch Handlungsempfehlungen gibt. Damit können Sie Themen wie Industrie 4.0, Internet of Things oder digitale Kundenkommunikation in Ihrem Haus weiter vorantreiben.

Unterstützt durch Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft:

Der Smart-Company-Schnellcheck wurde gemeinsam mit der Universität Paderborn, der Ostbayerischen Technischen Hochschule Regensburg, der Unternehmensberatung KPMG und dem DUB UNTERNEHMER-Magazin entwickelt.

Hier geht's zum kostenlosen
Smart-Company-Schnellcheck:
smartcompanytest.creditshelf.com





Liebe Leserinnen und liebe Leser,

wie halten Sie es mit der Transformation? Gehen Sie gezielt Veränderung an? Oder zögern Sie noch, wollen erst einmal sehen, was genau da auf Sie zukommt? Die Studie „Industrieller Mittelstand und Finanzierung 4.0“ hat gezeigt, wie gespalten Unternehmer derzeit sind: Themen wie Big Data in der Liquiditätsplanung sind zwar keine Zukunftsmusik mehr, jedoch gehen Mittelständler Innovationen oft noch zu spät an. Dabei kann eine Wir-warten-erst-einmal-ab-Mentalität gefährlich sein. Schnell haben einen die globalen Entwicklungen eingeholt und man ist aus dem Rennen.

Anpassung, Wachstum, Weiterentwicklung – es ist immer wieder erstaunlich, wie viele Gesichter der Wandel hat. Das kann die Einführung einer smarten Lösung für das Personalmanagement sein, die Neuausrichtung von Produkten und Geschäftsmodell, der Kauf eines anderen Unternehmens oder – wie in unserem Fall – der Gang an die Börse. Sie können als Unternehmer sicher Ihre ganz eigene Geschichte erzählen.

Aufschlussreich ist auch der Blick in die Historie des Kreditwesens. Sie ist ein gutes Beispiel für Transformation: Eine ständige Abfolge von Veränderungen und notwendigen Anpassungen. Was wir bei der Arbeit an dem Beitrag gelernt haben: Nie war es so leicht wie heute, an Kapital zu kommen. Das ist eine gute Nachricht für Mittelständler, bringt aber auch neue Herausforderungen mit sich:

Unternehmer müssen genau wissen, was sie wollen und wie sie ihre Ziele optimal finanzieren. Liquidität wird immer stärker zur Frage der richtigen Strategie und eines individuellen Finanzierungsmix. Denn, ob Start-up oder mittelständischer Traditionsbetrieb, es gibt für fast jede Situation und Herausforderung eine passende Finanzierungsmöglichkeit – die Beiträge über Kuhne Anlagenbau und deinSchrank.de zeigen dies anschaulich.

Die vorliegende Ausgabe unseres Magazins steckt voll solcher Geschichten des Wandels. Es berichtet von Herausforderungen, Chancen und Risiken. Wir wünschen uns, dass sie daraus wichtige Impulse für Ihre Arbeit gewinnen können und neue Ideen, Ansichten und Lösungen kennenlernen.

Sie stecken mitten in der Veränderung? Und benötigen ganz konkret Unterstützung? Dann stehen wir und unser Netzwerk Ihnen gern zur Seite. Denn für uns heißt Transformation immer auch Kooperation. Lassen Sie uns zusammen mehr bewirken!

*Freundliche Grüße,
Tim Thabe*

Dr. Tim Thabe
Gründungspartner und
Vorstandsvorsitzender creditshell



ÜBERSICHT

3 EDITORIAL

4 INHALTSVERZEICHNIS UND IMPRESSUM

5 3 FRAGEN AN ...

Dr. Matthias Holzamer erklärt, wie sich die Weltwirtschaft verändert und den Mittelstand herausfordert

6 AUS DER PRAXIS

Was mittelständische Unternehmen beim Gang an die Börse alles beachten müssen

10 FOKUS WACHSTUM

Mit dem Zukauf anderer Unternehmen können Mittelständler beim Wachstum den Turbo einlegen



12 KOOPERATIONEN

Der Entwickler der ersten digitalen "Kreditkarte" für den Mittelstand im Interview

13 AUS DER PRAXIS

Maßgefertigte Möbel industriell hergestellt – für deinSchrank.de kein Widerspruch



16 IMPULSE

Wie weit sind mittelständische Betriebe in Sachen Digitalisierung? Eine Studie gibt Aufschluss

18 KOOPERATIONEN

Maturus Finance erklärt im Gespräch, wie objektbasierte Modelle die Mittelstandsfinanzierung unterstützen

19 AUS DER PRAXIS

Vom Extruder bis zum Forfaitieren: Das Traditionsunternehmen Kuhne Anlagenbau stellt sich vor



22 TRENDS

creditshef konnte sich durch den Zukauf von Valendo wichtiges Know-how sichern und das Portfolio erweitern

24 IMPULSE

Von Handelskarawanen bis zu Fintech-Trends – gehen Sie auf Zeitreise durch die Geschichte des Kreditwesens!

26 KOOPERATIONEN

Die IT vieler Personalabteilungen ist veraltet. Erfahren Sie, wo der Hebel angesetzt werden sollte



28 TERMINE UND EVENTS

Vom Morning Meetup bis zum Mittelstandstag: Wir sind dabei, wenn Menschen gemeinsam Lösungen finden

30 IMPULSE

Experten antworten kurz und knapp auf Fragen, die den Mittelstand heute beschäftigen



IM PRESSUM

Herausgeber/Verlag:

creditshef Aktiengesellschaft
Mainzer Landstraße 33a
D - 60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 348 772 40
E-Mail: info@creditshef.com
www.creditshef.com

Vorstand: Dr. Tim Thabe (Vorsitzender),
Dr. Daniel Bartsch, Dr. Mark Währisch

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Rolf Elgeti

Eingetragen am Amtsgericht
Frankfurt a. M. - HRB 112087
Ust.-ID: DE298667279

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:

Birgit Hass (Leiterin Marketing und
Kommunikation, creditshef AG)

Anzeigenleitung:

Birgit Hass (Leiterin Marketing und
Kommunikation, creditshef AG)

Leitung Aboservice:

Laura Gabriel (Marketing und
Kommunikation, creditshef AG)

Internes Projektteam von creditshef:

Birgit Hass, Fabian Brügmann, Dr. Gregor
Heinrich, Laura Gabriel, Marie-Kristin Winter,
Jan Stechele, Florian Bruse, Linus Sluyter,
Shima Nagdhali, Anna Schönfeld, Sebastian
Seibold

Konzeption und Umsetzung:

ABG Marketing GmbH & Co. KG
www.abg-partner.de

Redaktion:

Ilka Stiegler, Dominik Schilling,
Tony Wachtel, Ina Jahn
ABG Marketing GmbH & Co. KG

Layout und Gestaltung:

Alin Hanisch
ABG Marketing GmbH & Co. KG

Druck:

RheinMail GmbH, Boppard

Bildnachweis:

- creditshef AG
- Jan Bürgermeister (www.fotostate.com)
- Laura Gabriel, Birgit Hass, Shima Nagdhali (creditshef AG)
- Unternehmens-PR

Redaktionsschluss: 04. Oktober 2019

Druckauflage: 100.000 Exemplare
(1. Quartal 2019, IVW-geprüft)



WELTWIRTSCHAFT IM UMBRUCH

Handelskonflikte und Klimawende fordern Mittelstand heraus



Er stellte die Fragen:
Prof. Dr. Dirk Schiereck

Mitglied des Aufsichtsrats creditshel AG,
Leiter des Fachgebiets Unternehmensfinanzierung TU Darmstadt

Märkte stehen niemals still, sondern befinden sich in ständigem Wandel. Deshalb müssen Unternehmen fortlaufend daran arbeiten, sich erfolgreich zu positionieren. Dabei können die markt- und geopolitischen Rahmenbedingungen die eigene wirtschaftliche Entwicklung entweder positiv oder negativ beeinflussen. Neben den klassischen Zukunftsthemen „Digitalisierung“ und „Fachkräftemangel“ haben sich in den letzten Monaten zusätzliche Veränderungen herauskristallisiert, die den Mittelstand vor große Herausforderungen stellen. Gemeinsam mit Dr. Matthias Holzamer, Mittelstandsexperte und Partner beim Beratungsunternehmen Roland Berger, beleuchten wir diese aktuellen Trends näher.

Gibt es markante Trends, die die wirtschaftliche Entwicklung mittelständischer Unternehmen bedrohen?

Dr. Holzamer: Es gibt zwei große markt- und konjunkturbestimmende Themen, die sich speziell in den vergangenen Monaten hervorgetan haben: Deglobalisierung und Klimapolitik. Unter Deglobalisierung versteht man, dass sich einige Wirtschaftsnationen verstärkt auf den eigenen Binnenmarkt konzentrieren und zunehmend protektionistisch agieren. Diese Entwicklung wird maßgeblich durch die globalen wirtschafts- und geopolitischen Konflikte getrieben: Wir haben einen chinesisch-amerikanischen Handelsstreit sowie einen drohenden unregulierten Brexit – um nur zwei Krisenherde zu nennen. Das schürt natürlich Unsicherheiten und hat letztendlich negative Auswirkungen auf die Exportumsätze der deutschen Unternehmen und insbesondere des Mittelstands. Der zweite markante Trend ist die Energiewende, welche durch die Fridays-for-Future-Bewegung eine neue Dynamik erlangt hat. Die Abkehr von fossilen Energieträgern wird auf jeden Fall mit erhöhten Kosten verbunden sein. Für innovative Unternehmen birgt die Energiewende sicherlich Chancen,

aber es werden in vielen Unternehmen auch starke und mitunter kostenintensive Veränderungen in den Prozessen oder bei den Produkten anstehen.

Wie müssen sich Unternehmen anpassen, wenn sie weiterhin am Markt bestehen wollen?

Dr. Holzamer: Der Welt- und damit auch der Außenhandel verlieren aktuell an Bedeutung mit unklarem Ausgang. Die deutsche Wirtschaft muss dem drohenden Exportrückgang die Stirn bieten. Dafür sollten sich die Unternehmen auf ihre Wurzeln konzentrieren – sowohl was ihr Kerngeschäft als auch ihre Kernregion betrifft. Mit einem starken Binnenmarkt im Rücken lassen sich internationale Krisen leichter überstehen. Bezüglich der Klimapolitik sollten die Unternehmen sehr genau beobachten, welche Klimagesetze verabschiedet werden und welche Änderungen dadurch auf sie zukommen. Die Firmen sollten ihre Wertschöpfungskette so anpassen, dass sie beispielsweise eine CO₂-Bepreisung nicht aus der Bahn wirft. Ganz grundsätzlich muss sich der Mittelstand noch viel stärker auf weltwirtschaftliche Veränderungen vorbereiten und auch in Krisenzeiten schnelle Anpassungsfähigkeit beweisen.

Welche Branchen sind besonders betroffen?

Dr. Holzamer: Natürlich sind alle Branchen im steten Wandel – schließlich müssen sich alle Unternehmen an Marktentwicklungen anpassen. Allerdings beeinflussen die jeweiligen Trends die einzelnen Branchen unterschiedlich stark. Die Automobilbranche befindet sich beispielsweise gerade voll im Epizentrum. Die Energiewende und der Deglobalisierungstrend treffen diese Unternehmen extrem hart. Auch das produzierende Gewerbe rückt immer mehr in den Fokus, denn auch für diese Branche bergen Themen wie CO₂-Bepreisung und Exportrückgang große Risiken.



Dr. Matthias Holzamer

Dr. Matthias Holzamer ist Partner im Kompetenzzentrum „Restrukturierung, Performance, Transformation & Transaktion“ bei Roland Berger in Frankfurt. Er berät unter anderem mittelständische Unternehmen in den Bereichen Unternehmenstransformation, Restrukturierung und Unternehmensfinanzierung.

Dr. Matthias Holzamer

Roland Berger GmbH
OpernTurm,
Bockenheimer Landstraße 2-8
60306 Frankfurt am Main
Deutschland

E-Mail: Matthias.Holzamer@rolandberger.com
Telefon: +49 69 29924-6401
Fax: +49-69-29924-6502

Kontakt



DER WEG AN DIE BÖRSE: SO GEHT'S

Entschließt sich ein Mittelständler oder ein junges Wachstumsunternehmen für einen Börsengang, steht ihm ein komplexer Prozess bevor. Strukturierte Planung ist hierbei das A und O. Doch wer gut über die Abläufe informiert ist, die Voraussetzungen erfüllt und auf erfahrene Partner zählen kann, für den ist das Verfahren eine lösbare Aufgabe.

Voraussetzungen für das Listing an der Börse

Die Deutsche Börse bietet Unternehmen unterschiedliche Wege an den Kapitalmarkt. Je nach Wahl des Börsensegments müssen Emittenten für ein Listing an der Frankfurter Wertpapierbörse unterschiedliche Einbeziehungsvoraussetzungen erfüllen. In Europa stehen Unternehmen, die sich Mittel auf dem Kapitalmarkt beschaffen wollen, zwei Wege offen: einmal der EU-regulierte Markt und zum

anderen der börsenregulierte Markt, auch Freiverkehr genannt.

Im EU-regulierten Markt gibt es den General Standard und den Prime Standard – ein Teilbereich mit erhöhten Transparenzanforderungen. Im Freiverkehr gibt es das Segment Scale. Die Wahl des Börsensegments ist abhängig von den Zielen, die das Unternehmen mit dem Börsengang anstrebt, den Investoren, die man vorrangig erreichen möchte und auch von dem Maß an Transparenz, das gewährleistet werden soll. Der Prime Standard stellt an der Frankfurter Wertpapierbörse und sogar europaweit das Segment mit den höchsten Anforderungen dar. So müssen Unternehmen im Prime Standard beispielsweise zwingend einen Konzernabschluss nach International Reporting Standards (IFRS) oder einem von der EU als gleichwertig anerkannten Rechnungslegungsstandard erfüllen. Zudem müssen sie eine Berichtshistorie

von mindestens drei Jahren vorweisen. Nur Unternehmen, die zum Prime Standard zugelassen sind, können in die Auswahlindizes DAX®, MDAX®, SDAX® oder TecDAX® aufgenommen werden. Emittenten im General Standard für Aktien erfüllen die gesetzlichen Mindestanforderungen des EU-regulierten Marktes. Für ein Listing in Scale, dem Segment, das sich besonders für kleine und mittlere Unternehmen anbietet, ist hingegen eine Rechnungslegung nach Handelsgesetzbuch (HGB) ausreichend. Unternehmen, welche ein Listing in Scale anstreben, müssen außerdem drei von fünf weiteren Zulassungskriterien erfüllen (mehr dazu in der Infobox, Seite 8).

Um die Zulassungsfolgenpflichten zu erfüllen, ist es für viele Unternehmen notwendig, die Organisationsstruktur anzupassen. Dazu zählen unter anderem effiziente Controlling-Instrumente, die Umstellung auf internationale

Rechnungslegungsstandards (im Prime Standard), ein effektives Risikomanagement sowie die Qualifikation der Fach- und Führungskräfte.

Die drei Phasen bis zum Handelsstart

Die Vorbereitung auf einen Börsengang bringt strukturelle und regulatorische Anforderungen mit sich. Doch eine gute Planung und frühzeitige Aufstellung eines Zeitplans helfen, mit der Komplexität umzugehen und den entstehenden Aufwand meist innerhalb eines Jahres zu bewältigen. Das Initial Public Offering (IPO) – wie der Börsengang in der Fachsprache heißt – umfasst in der Regel mehrere Phasen: Planung und Vorbereitung, Strukturierung, Realisierung und letztlich die Preisbildung am Tag des Handelsstarts.

1

Planungs- und Vorbereitungsphase

Zuerst werden die grundlegenden Voraussetzungen für den IPO geschaffen. In einem Erstgespräch mit der Deutschen Börse ist Raum für die Fragen des zukünftigen Emittenten. Unternehmen erfahren dabei, wie die Deutsche Börse und ihre Capital Market Partner sie auf dem Weg an die Börse unterstützen – etwa bei börsenrechtlichen und gesetzlichen Aspekten oder mit Banken-Roadshows und IPO-Workshops. Es folgt der Beauty Contest, bei dem sich Banken präsentieren, die den IPO des Unternehmens begleiten möchten. Dieser erleichtert die Auswahl der sogenannten Konsortialbank, die insbesondere bei der Platzierung der Wertpapiere unterstützt.

2

Strukturierungsphase

Je nach gewünschtem Listing-Segment schafft das Unternehmen nun Strukturen, die die rechtlichen Voraussetzungen beispielsweise bei Rechnungswesen und Controlling erfüllen. In der Strukturierungsphase wird zudem ein detaillierter Projektplan erarbeitet, welcher Unternehmens- und Finanzierungsstrategien zusammenführt. Der Projektplan sieht die Entwicklung einer Equity Story und des Emissionskonzepts vor, welche die Erfolgsfaktoren und weitere Informationen zum Unternehmen zusammenfassen. Außerdem wird die Due Diligence durchgeführt. Dies ist eine Prüfung zur Wertfindung des Unternehmens. Sie liefert Informationen, die anschließend in das zentrale Angebotsdokument, den Wertpapierprospekt, einfließen.

3

Realisierungs- und Preisbildungsphase

Nachdem die BaFin den Wertpapierprospekt gebilligt hat, veröffentlicht der Emittent ihn und wirbt bei Analystengesprächen und einer Investoren-Roadshow für seinen Börsengang. Die Aktien werden bei institutionellen Investoren und über die Zeichnungsfunktionalität DirectPlace der Deutsche Börse AG bei privaten Investoren platziert. DirectPlace erreicht Investorengruppen wie Family Offices, Vermögensverwalter und Privatanleger. In der Zeichnungsphase entscheiden die Investoren, ob und zu welchem Preis sie investieren möchten. Der Emittent und die Bank bestimmen anhand der Angebote den Emissionspreis. Die Zuteilung an Investoren erfolgt.

Nun steht der Börsengang unmittelbar bevor: Bei der IPO-Ceremony auf dem Parkett der Frankfurter Wertpapierbörse wird der erste Kurs festgestellt. Damit beginnt der fortlaufende Handel auf den Handelsplätzen Xetra® und/oder Börse Frankfurt.



Externe Partner bieten Unterstützung

Ein Börsengang ist meist einmalig und hochkomplex. Er erfordert daher eine optimale Vorbereitung. Unternehmen brauchen vor und nach dem Börsengang kompetente Experten, die sie unterstützen – externe Partner wie Banken, Kommunikationsagenturen, aber auch Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater. Das Capital Market Partner-Netzwerk der Deutschen Börse bietet einen Pool von Kapitalmarktexperten, um Unternehmen auf

ihrem Weg an den Kapitalmarkt zu begleiten und auch im Nachgang beratend zur Seite zu stehen.

Wie unterstützt die Deutsche Börse noch?

„Wir merken immer wieder, dass es gerade bei kleinen und jungen Unternehmen wichtig ist, sie sehr eng zu begleiten. Ein frühzeitiger Kontakt zu nicht-börsennotierten Unternehmen ist uns deshalb besonders wichtig“, sagt Nicole Maares, Leiterin Issuer Services der Deutschen Börse. Mit dem Deutsche Börse Venture Network® möchte die Deutsche Börse einen spürbaren Unterschied für die Finanzierungssituation von jungen, aufstrebenden Unternehmen in Deutschland erreichen – für Gründer und Investoren. Die Deutsche Börse richtet damit ihre Expertise auf einen vorbörslichen Bereich, um auch hier Unternehmen den Zugang zu Kapital zu erleichtern und Innovationen zu unterstützen, die das Wachstum in Deutschland und Europa langfristig prägen können. Das Deutsche Börse Venture Network® unterstützt Wachstumsunternehmen beispielsweise bei Finanzierungsrunden und bei der Erweiterung ihres Netzwerkes. „Sehr wichtig sind uns auch die Executive Trainings. Am Kapitalmarkt noch unerfahrene Unternehmer können sich damit auf eine effektive und nachhaltige Unternehmensführung vorbereiten. Diese verbessert, unserer Erfahrung nach, die Chance auf einen langanhaltenden Erfolg am Kapitalmarkt signifikant“, sagt Maares.



KRITERIEN FÜR KMU, DIE DAS SEGMENT SCALE ANSTREBEN

Von diesen Aspekten müssen Unternehmen mindestens drei erfüllen:

- Umsatz von mindestens 10 Mio. EUR
- Jahresüberschuss (positiv)
- Bilanzielles Eigenkapital (positiv)
- Mitarbeiterzahl des Emittenten von mindestens 20 Personen
- Kumuliertes, eingesammeltes Eigenkapital von mindestens 5 Mio. EUR



Nicole Maares
Leiterin Issuer Services
Deutsche Börse AG

Kontakt

E-Mail: issuerservices@deutsche-boerse.com
Telefon: +49 69-21118-888
www.deutsche-boerse-cash-market.com

GEMEINSAM FÜR EINEN STARKEN MITTELSTAND. BVMW



**900.000 Stimmen für den Mittelstand.
32 starke Partner in der Mittelstandsallianz.
300 Geschäftsstellen bundesweit.
40 Landesvertretungen weltweit.
Über 2.000 Unternehmerveranstaltungen pro Jahr.**

**WERDEN SIE JETZT MITGLIED!
www.bvmw.de**



UNTERNEHMENS- ZUKÄUFE IM RAHMEN DER WACHSTUMS- STRATEGIE

Der Vorteil von Zukäufen liegt auf der Hand: Unternehmen können schnell und gezielt wachsen. In den vergangenen Jahren verzeichnete der Markt für Unternehmens- oder Anteilsübertragungen deutliche Zuwächse. Begünstigt wird dieser Trend unter anderem durch das stabil-niedrige Zinsniveau an den Kapitalmärkten.

Wachstum: Auf die Strategie kommt es an

Größere Unternehmen setzen beim Wachstum oft auf die Buy-and-Build-Strategie. Dabei werden mehrere

Betriebe einer Branche zugekauft, um eine Unternehmensgruppe aufzubauen. Neben dem Ausbau der Marktmacht lassen sich so auch Synergien nutzen. Ein anderer Zukaufoptionsansatz ist die Diversifikationsstrategie, bei der es um die Übernahme von Betrieben geht, die sich produkt- und marktseitig von denen des Käufers unterscheiden. Hier können Ziele sein: das Erschließen neuer Märkte, die Ergänzung des Produktportfolios oder das Vermeiden sowie Minimieren von Risiken. Diversifikation ist beispielsweise dann sinnvoll, wenn sich das eigene Unternehmen in einem rückläufigen Marktumfeld befindet.

Wie sollte man vorgehen?

Sobald die grundlegenden Ziele feststehen und die Möglichkeiten bekannt sind, werden ein grober Zeitplan sowie wesentliche Suchkriterien bezüglich der Zielunternehmen erarbeitet und gewichtet. Aus diesen Prämissen lassen sich meist auch Aussagen zum denkbaren Kaufpreis oder dem Finanzierungsbedarf ableiten. Anschließend werden erste Transaktionsunterlagen wie ein Unternehmensprofil erstellt und die Suche am Markt gestartet. Übernehmen Mittelständler die Suche selbst, sollten sie vor der Kontaktaufnahme mit potenziellen Kandidaten leicht zu beschaffende Informationen begutachten und für sich bewerten. So kann man sich schnell und kostengünstig einen ersten Eindruck verschaffen.

Sind externe Berater eingebunden, prüfen diese in der Regel verschiedene Informationsquellen und erstellen zunächst eine sogenannte Longlist möglicher Übernahmebetriebe. Sie sprechen anschließend auch die Zielunternehmen an, unterstützen bei erstem Interesse beim Schließen einer Vertraulichkeitsvereinbarung und begleiten Gespräche. Prüfen beide Unternehmer-Parteien ernsthaft ein mögliches Engagement, bekräftigen sie dies mit einer unverbindlichen Absichtserklärung. Spätestens hier sollten entsprechende Fachleute den Prozess moderieren, um mögliche zeit- und kostenintensive Missverständnisse zu vermeiden.

Was folgt dann?

Anschließend geht es in die Due-Diligence-Prüfung. Dies ist eine detaillierte Prüfung der wirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Gegebenheiten des Zielunternehmens. Im Ergebnis erhält der Interessent einen Indikator für den Wert des Betriebes, erfährt etwas über die Stärken und Schwächen sowie Risiken eines möglichen Investments. Zuletzt geht es in die Vertrags- und Kaufpreisverhandlungen, im Idealfall mit dem Ergebnis der Unterschrift beider Parteien und der anschließenden Umsetzung der Transaktion.

Transaktionsprozess dauert mindestens ein halbes Jahr

Der Kauf eines „gesunden“ Unternehmens zieht sich in der Regel über einen Zeitraum von sechs bis zwölf Monaten. Anders beim Erwerb von Firmen in der Krise, zum Beispiel im Rahmen einer Insolvenz: Hier ist schnelles Handeln gefragt, meist innerhalb weniger Wochen oder Monate. Dafür bietet sich in einem solchen Fall eine interessante Gelegenheit: Ist der operative Kern grundsätzlich gesund, können Unternehmer für einen guten Kaufpreis einsteigen und das eigene Wachstum forcieren.

SO FINANZIEREN UNSERE PARTNER IHR WACHSTUM**HÖVER-GRUPPE AUS KÜR TEN**

Unter dem Motto „Alles aus einer Hand“ bietet die Höver-Gruppe ihren Kunden Full Service von der Konstruktion über die Entwicklung und Produktion bis hin zur Instandsetzung. Das Wachstum der Gruppe liegt bei 25 Prozent pro Jahr – seit 2010 kommt praktisch jedes Jahr ein neues Unternehmen hinzu. Viele Betriebe werden aus der Insolvenz heraus gekauft. Für die Finanzierung der Akquisitionen fragt die Unternehmensgruppe immer auch ein alternatives Angebot bei creditshel f an, um Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken der verschiedenen Finanzierungen miteinander zu vergleichen.

VELOFACTOR AUS HÜLLHORST

Seit 2011 verleiht das Unternehmen Elektrofahräder und bietet die passende Infrastruktur wie Abstellanlagen, Software und Service. In 2017 stieß die VELOfactor durch verschiedene Großaufträge an ihre Grenzen: Das Unternehmen war auf eine Vorfinanzierung der Wareneinkäufe angewiesen, um die gestiegene Nachfrage auch bedienen zu können. Als sich keine Bank für die auftragsbezogene Finanzierung finden ließ, wendete sich der Marktführer für Pedelecs an creditshel f und hatte Erfolg. Seither greift VELOfactor immer wieder auf diese Option zurück, um Einkäufe für Projekte im Umfang von 100.000 bis zu mehreren Mio. EUR vorzufinanzieren.

TEGOS AUS OSTRACH

Auch beim Wohnmobil- und Caravanausstatter tegos führte ein Großauftrag zu einem deutlichen Wachstumsschub. Das Unternehmen hatte schon lange und vertrauensvoll mit seiner Hausbank zusammengearbeitet, war aber dennoch auf der Suche nach einem weiteren Partner für eine mehrjährige Überbrückungsfinanzierung. In creditshel f fand tegos schließlich einen zusätzlichen Anbieter, der über ein Netzwerk von akkreditierten professionellen Investoren bequem, schnell und flexibel einen Kredit arrangierte und somit das Wachstum partnerschaftlich unterstützte.

ELEKTRON SYSTEME AUS WEISSENOHE

Der Fertigungsdienstleister für elektronische Komponenten verzeichnet mit dem erhöhten Elektronikanteil in Produkten auch eine wachsende Nachfrage seiner Dienstleistung. Damit geht ein steigender Kapitalbedarf einher, beispielsweise um Materialeinkäufe oder Maschinenanschaffungen vorzufinanzieren. Dem fränkischen Unternehmen sichert eine Kombination aus Hausbank und digitalem Finanzdienstleister die Liquidität für kontinuierliches Wachstum.

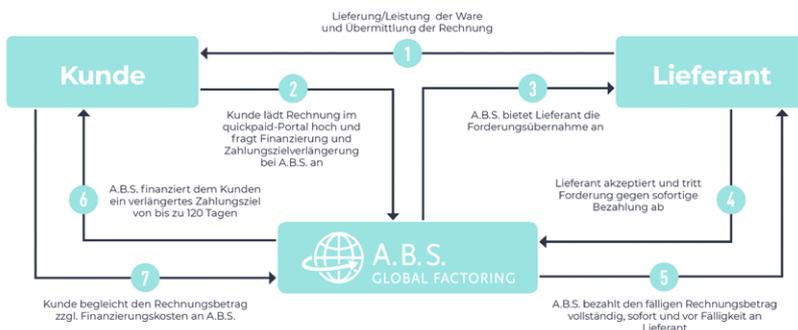
DIGITALE "KREDITKARTE" VOM FINTECH 2.0

Im Herbst 2018 kam die A.B.S. Global Factoring mit quickpaid auf den Markt. Was es damit auf sich hat, erläutert CEO Thorsten Klindworth im Interview.

Herr Klindworth, in einem Satz: Was ist quickpaid?

Klindworth: quickpaid ist die neue digitale Zahlungsoption für den Mittelstand – ähnlich wie eine Kreditkarte. Damit lassen sich Einkäufe schnell und flexibel finanzieren.

Wie funktioniert quickpaid?



Gibt es einen Unterschied zwischen quickpaid und Einkaufsfactoring?

Klindworth: Klassisches Einkaufsfactoring ist eine bewährte Methode, die sich an Unternehmen mit Key-Suppliern richtet, die in ständigen Lieferantenbeziehungen stehen und große Volumina benötigen. Während Einkaufsfactoring relativ komplex ist, funktioniert quickpaid viel schneller, unkomplizierter und flexibler. Damit eignet es sich bestens, um Saisonspitzen abzudecken und verschiedene Lieferantenrechnungen sofort zu begleichen.

Welche Vorteile bietet quickpaid?

Klindworth: Lieferanten erhalten sofort ihr Geld und müssen kein Ausfallrisiko tragen. Für unsere mittelständischen Kunden ermöglichen wir gleichzeitig eine sichere Liquiditätsplanung durch terminierbare Zahlungsziele von 60 bis 120 Tagen. Durch sofortiges Bezahlen der Lieferantenrechnung können sie zudem Skonto ziehen, was die quickpaid-Kosten in vielen Fällen sogar überkompensiert.

Wie nehmen die Unternehmen Ihr Produkt an?

Klindworth: Unsere Kunden sind derzeit kleinere Mittelständler, Gewerbetreibende, Apotheker, Freiberufler oder Handwerker sowie die klassischen mittelständischen Unternehmen, mit denen wir bereits im Factoring auf der Absatzseite zusammenarbeiten. Sie alle schätzen den Einsatz von quickpaid als flexibles Finanzierungsinstrument, um Saisonspitzen und Wachstumsspeaks abzufedern sowie günstige Einkaufschancen zu nutzen. Zudem

haben wir ein Konzept für die Absatzfinanzierung von Lieferanten erarbeitet. Jetzt können Unternehmen ihren Kunden quickpaid als virtuelle Kreditkarte anbieten und sich damit Marktvorteile sichern.

quickpaid ist ein Produkt von A.B.S. Global Factoring. Wo liegen die Stärken Ihres Unternehmens?

Klindworth: Als bankenunabhängiges, privates, inhabergeführtes Finanzdienstleistungsunternehmen analysieren wir jede Finanzierungssituation individuell. Das heißt: Wir stellen uns auf die jeweiligen Besonderheiten des Unternehmens ein und sind bereit, auch schwierige und außergewöhnliche Wege zu gehen. Deshalb vertrauen mittelständische Unternehmen seit Jahren auf unsere Factoring-Dienstleistungen und die anderen Finanzierungstools. Mit rund 150 Mitarbeitenden bewegen wir für unsere Kunden jährlich ein Volumen von rund 2,7 Mrd. EUR. Dabei sind wir überall dort aktiv, wo auch unsere Kunden Geschäft machen – also praktisch global.

Was verbindet Ihr Haus mit creditshel?f

Klindworth: Wir pflegen seit einiger Zeit eine enge Partnerschaft, sind gemeinsam in Netzwerken und im Vertrieb aktiv. creditshel ist für uns ein angenehmer und innovativer Marktpartner. Wie wir verfügt auch creditshel über Banken-Know-how und Risikoefahrung, was sehr vielen Fintechs fehlt. Daher zählen wir uns beide zu den Fintechs 2.0.



Thorsten Klindworth

Jahrgang 1970, verheiratet, studierte BWL in Regensburg und schloss als Diplom-Kaufmann zum Thema „Lohnt sich Factoring für den Anwender?“ ab. 1996 gründete er die A.B.S. Global Factoring AG in Wiesbaden. Seither ist er alleinvertretungsberechtigter Vorstand und seit 2011 Vorsitzender des Vorstands. Er engagiert sich ehrenamtlich beim A.S.U. Verband der Familienunternehmer, ist Senator h.c. und Mitglied im Europarlament des Wirtschaftsausschusses Deutschland sowie Mitglied des Gesamtpräsidiums des Bundesverbands Groß-, Außenhandel und Dienstleistung. Zu seinen Hobbies zählen Schwimmen, Sport, Musik, Fotografie, Elektronik und Automobile.



OPTIMAL ANGEPASSTE LÖSUNGEN

Philipp Koecke (li.), Prokurist von deinSchrank.de, im Gespräch mit einem Kollegen aus der Fertigung

Es ist eine clevere Geschäftsidee: Das E-Commerce-Unternehmen deinSchrank.de bietet Möbel nach Maß – aus automatisierter Fertigung. Die Idee kommt an und beschert dem Anbieter aus Frechen bei Köln ein starkes Wachstum. Doch Wachstum ist immer auch eine Herausforderung und will geschickt gemanagt werden, wie der Prokurist des Unternehmens, Philipp Koecke, weiß. Doch dank starker Teamkultur, digitalisierter Prozesse und geschickter Finanzierung kann deinSchrank.de sein Wachstum in die richtigen Bahnen lenken.

Maßanfertigung 4.0

Sie lieben Ihre Dachgeschosswohnung, aber leider finden Sie wegen der komplizierten Schrägen einfach keinen

vernünftigen Schrank? Dann konfigurieren Sie Ihr Möbel doch einfach selbst, lassen es maßanfertigen und zu Ihnen nach Hause liefern! Diese kurze Situation umschreibt in etwa das Prinzip von deinSchrank.de. Das Unternehmen wurde 2009 gegründet und entwickelt sich seitdem beständig weiter. Heute arbeiten zirka 110 Mitarbeiter für deinSchrank.de – vom Schreiner bis zum IT-Spezialisten. War man anfangs als reines Handelshaus am Start, entschloss sich deinSchrank.de 2015 mit einem eigenen Werk in Rheinbach auch in die Produktion einzusteigen. „Da unser Produkt sehr stark nachgefragt wird und wir ständig wachsen, haben wir die Produktionsfläche zuletzt 2017 und 2018 noch einmal verdreifacht – auf nun 10.000 Quadratmeter“, sagt Prokurist Philipp Koecke. Doch die Größe sei gar nicht das Besondere der Produktion,

sondern der technologische Stand. Koecke weiter: „Wir bieten die automatisierte Produktion maßgefertigter Möbel. Jedes Teil ist individuell und jeden Schrank gibt es nur einmal. Durch moderne Industrie-4.0-Technologien schaffen wir es, Unikate in hoher Frequenz und günstig für unsere Kunden zu produzieren. Wir hatten hier schon erfahrene Manager aus der Möbelindustrie zu Gast, die bei der Führung vollkommen verblüfft waren“, erinnert sich Koecke schmunzelnd. Auch creditshelf-Firmenkundenbetreuer Stefan Hnida war von seinem Besuch in der Fertigung nachhaltig beeindruckt: „Roboter bewegen sich auf eigenständigen Routen durch die Halle. Jede Rille, jedes Loch, jede Kante wird vollautomatisch und präzise von einer Maschine umgesetzt.“ Die Produktpalette von deinSchrank.de umfasst dabei vom Sessel über Badmöbel bis hin zum Hängebord so ziemlich alles, womit sich Eigenheimbesitzer gern ihr Zuhause verschönern. Und alles stets in individueller Größe, Gestaltung und Ausstattung – eben ganz „dein Schrank“.

„creditshelf steht ja selbst für einen digitalen Ansatz, deswegen hat das Team auch ein sehr gutes Gefühl für zeitgemäße Geschäftsmodelle wie unseres.“



Philipp Koecke, Prokurist bei deinSchrank.de



Wachstum gemeinsam Struktur geben

„Unser Produkt bietet Kunden eine praktische Lösung und ist dadurch sehr erfolgreich. Die Herausforderung für uns ist es, das dadurch entstehende Wachstum auf jeder Unternehmensebene zu begleiten und in die richtigen Bahnen zu lenken. Das heißt, wir müssen ständig an einem angemessenen Personalwesen arbeiten, unseren Einkauf voranbringen und uns mit den richtigen Multiplikatoren und den passenden Finanzierungspartnern zusammensetzen“, so Koecke. Der Prokurist hat indes viel Erfahrung mit Unternehmenswachstum: In seiner Laufbahn unterstützte der Diplomkaufmann mit technischer Orientierung unter anderem jahrelang Start-ups im Venture-Capital-Bereich. Ein Teil des Erfolgsrezepts von deinSchrank.de liegt Koecke zufolge auch in der starken Teamkultur des Unternehmens: „Wir versuchen, immer alle mitzunehmen und die Aufgaben auf so vielen Schultern wie möglich zu verteilen. Dazu haben wir in allen Ebenen gut ausgebildete Leute, die sich aufeinander verlassen können. Auch ein Teil unserer Teamkultur: Vom Azubi bis zum Geschäftsführer pflegen wir untereinander ein nettes „Du“, ohne dass dabei der gegenseitige Respekt verloren geht“, sagt Koecke. Bei seinem Termin vor Ort war Stefan Hnida sofort angetan von diesem besonderen Klima, von der humorvollen Art, der Lebensfreude und der Begeisterung der Mannschaft für das eigene Produkt.

Eine bodenständige und freundliche Beziehung pflegt das Unternehmen auch zu seinen Kunden. Schon das „dein“ im Firmennamen holt den Kunden nah heran und zeigt ihm, dass er wichtig ist und mit deinSchrank.de sein ganz persönliches Möbelstück verwirklichen kann. „Es ist eine große technische Herausforderung und zugleich eine unserer größten Stärken, die individuellen Kundendaten aus dem 3D-Konfigurator in Bauteile umzusetzen, die exakt passen“, so Prokurist Koecke. Nur durch die besondere Mischung aus Schreinerhandwerk, modernen CNC-Maschinen, selbst entwickelter Steuersoftware und durchdigitalisierten Prozessen könne man dieses einzigartige Produkt anbieten.

Hier wird Zukunft konfiguriert

Neben dem Privatkunden-Sektor will deinSchrank.de künftig auch vermehrt im B2B-Bereich aktiv werden. „Wir möchten kleine Schreiner unterstützen, die unterwegs sind und die Montage von Möbeln anbieten. Diese ‚Aufbauservice-Schreiner‘ kaufen bei uns einen Schrank ein, verkaufen ihn an ihre Kunden weiter und bauen ihn schließlich bei ihnen zu Hause auf. Mit unserem Engagement möchten wir hier auch auf den Fachkräftemangel im Handwerk reagieren. Denn der Schreiner spart sich durch uns das aufwändige Fertigen des Möbels und kann sich ganz auf seine Montageleistung konzentrieren“.

Als Video auch auf unserem Youtube Channel



beschreibt Koecke das Prinzip. deinSchrank.de betreibt nicht nur vier Standorte in Deutschland, das Unternehmen beliefert auch Verbraucher in sieben Nachbarländern. Weitere Märkte im europäischen Ausland sollen in Zukunft folgen. „Wir haben attraktive Märkte um uns herum, auf die wir expandieren wollen. Im Prinzip braucht es dafür nur eine Website in Landessprache und ein Logistiknetz vor Ort“, erklärt Koecke und stellt klar: „Die Produktion bleibt natürlich in Deutschland.“ Ganz aktuell hat das Unternehmen aus Frechen seine neuen Produktlinien gelauncht. Unter den Labels Basic, Premium und Exklusiv können Kunden ihre Möbelstücke nun noch besser an die jeweiligen Bedürfnisse anpassen. Soll es beispielsweise ein solider und praktischer, aber schnörkelloser Kellerschrank sein, kann man hierzu nun auf die Basic-Linie setzen.

Finanzierung für den richtigen Moment

Als Prokurist eines jungen digitalen Unternehmens muss Philipp Koecke auch die Finanzierungsstruktur permanent optimieren und nach passenden Lösungen Ausschau halten. Dabei wurde er schließlich auf den Fintech-Ansatz aufmerksam. „Ich hatte mir praktisch alle alternativen Modelle angeschaut. Besonders creditshelf interessierte mich schon eine ganze Weile. Als die Situation passte, nahm ich mit Dr. Daniel Bartsch, den ich aus meinem

Netzwerk kenne, Kontakt auf. So kam zusammen, was zusammengehört“, freut sich der Prokurist. Nachdem der Erstkontakt aufgebaut war, übernahm der creditshelf-Firmenkundenbetreuer das Steuer und arbeitete eng mit deinSchrank.de zusammen. „Die Herausforderung bei einem so jungen Unternehmen ist es, sich als Finanzierer das Potenzial genau anzuschauen. Man kann nicht einfach mit üblichen Finanzkennzahlen arbeiten, sondern muss sich das Produkt und die Kundenmeinungen im Netz anschauen und prüfen, ob erste Gewinne generiert werden“, erklärt Hnida. creditshelf blickte sozusagen in die Zukunft des Unternehmens. Diese Herangehensweise kam bei deinSchrank.de gut an. „creditshelf steht ja selbst für einen digitalen Ansatz, deswegen hat das Team auch ein sehr gutes Gefühl für zeitgemäße Geschäftsmodelle wie unseres. Sie stellen genau die richtigen Fragen nach Conversions und Wachstumsraten“, resümiert Prokurist Koecke. Auch die Agilität, Geschwindigkeit und die kurzen Entscheidungswege bei creditshelf haben es dem Team aus Frechen angetan. In nur sechs Wochen ging im Frühsommer 2019 die gesamte Finanzierung über die Bühne.

Flexible Ergänzung der Bankpartner

„Der creditshelf-Ansatz ist ein tolles Beiproduct, das genau in unsere Entwicklungsphase gepasst und die Finanzierung durch unsere Bankpartner gut ergänzt hatte“, sagt Koecke. Eine Ablösung für diese zuverlässigen und langjährigen Partner sieht der Prokurist darin allerdings nicht. Er betrachtet das junge Fintech eher als eine Unterstützung für die Banken: „Die Bankberater werden oftmals durch ihre Strukturen, Standards und strengen Regularien gebremst und können deswegen manchmal überhaupt nicht so schnell reagieren, wie sie möchten. Wenn ein Fintech wie creditshelf einspringen und aushelfen kann, dann freuen sich die Berater eher, dass einem langjährigen Kunden geholfen werden konnte“, ist Koecke überzeugt. „Wir haben creditshelf als Option auf jeden Fall auf dem Schirm und werden in Zukunft mit Sicherheit immer wieder gemeinsam Themen aufrollen“, gibt sich der Prokurist zuversichtlich.



„Man kann nicht einfach mit üblichen Finanzkennzahlen arbeiten, sondern muss sich das Produkt und die Kundenmeinungen im Netz anschauen und prüfen, ob erste Gewinne generiert werden.“

Stefan Hnida, Firmenkundenbetreuer bei creditshelf

POSITIVER EINFLUSS VON INDUSTRIE 4.0 AUF KREDIT- WÜRDIGKEIT

Mittelstand nutzt vermehrt Internet der Dinge

Der Mittelstand öffnet sich immer mehr den Themen Industrie 4.0 und Digitalisierung: Das zeigt eine Umfrage unter rund 250 Finanzentscheidern aus mittelständischen Industrieunternehmen. So haben in 2019 bereits 86 Prozent der befragten Unternehmen Echtzeit-Daten erfasst, um diese im Sinne einer Industrie 4.0 zu nutzen. Innerhalb von zwei Jahren ist das ein Anstieg um neun Prozentpunkte.

53 Prozent der befragten Mittelständler (Vorjahr: 44 Prozent) rüsten ihre an Kunden ausgelieferten Produkte – zumindest teilweise – so aus, dass ihnen die wichtigsten Betriebsdaten (beispielsweise Laufzeiten oder Verbrauchswerte) zur Verfügung stehen. Diese Daten werden dann im Rahmen von Service- und Wartungsverträgen genutzt. Dreiviertel der für die Studie Befragten nutzen zudem selbst Anlagen, Maschinen oder Geräte, die Daten zu diesem Zweck an den Hersteller liefern.

Planungssicherheit bringt Finanzierungsvorteile

Die laufenden Nutzungsdaten versetzen den Maschinenbauer in die Lage, mögliche Probleme oder Ausfallzeiten beim Kunden frühzeitig zu erkennen. Er kann gegensteuern, noch bevor eine Krise oder ein Produktionsstopp eintritt. Eine reibungslose Produktion und Planungssicherheit im laufenden Betrieb können sich positiv auf das Rating bezüglich der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens auswirken. Damit hätten die Unternehmen auch einen potenziellen Vorteil bei der Finanzierung künftiger Investitionsprojekte.



91 Prozent der befragten Industrieunternehmen würden ihre Daten sogar Kreditgebern zur Verfügung stellen, um diese von einer geplanten Investition zu überzeugen. Über die Hälfte der Studienteilnehmer erhofft sich dadurch einen niedrigeren Zinssatz, eine schnellere Kreditentscheidung, eine flexiblere Laufzeit oder weniger Bürokratie.

Ein Drittel der befragten Unternehmen arbeitet derzeit daran, bei Finanzierungsentscheidungen ein Modell zu nutzen, das industrielle Daten wie Verbrauchswerte, Durchlaufzeiten, Ausschussquote oder Reklamationen in einen Zusammenhang zu ihren Finanzkennzahlen stellt. Über die Hälfte hat bereits so ein Modell im Einsatz. Davon bestätigen 97 Prozent, dass sich die Qualität der Finanzierungsentscheidungen dadurch verbessert hat.

Die Studie mit dem Titel „Industrieller Mittelstand und Finanzierung 4.0“ wurde bereits zum dritten Mal von creditshelf durchgeführt. Erneut erfolgte die wissenschaftliche Begleitung durch Prof. Dr. Dirk Schiereck, Leiter des Fachgebiets Unternehmensfinanzierung an der TU Darmstadt.

Wenn Sie sich für die vollständige Studie interessieren, schreiben Sie gern eine E-Mail an: birgit.hass@creditshelf.com



Qualifikation der Mitarbeiter hinkt hinterher

Nachholbedarf sehen die Unternehmen allerdings in der Qualifikation ihrer Mitarbeiter: beim Auswerten digitaler Daten der eigenen Maschinen oder der externen Geräte beim Kunden. Nur rund die Hälfte der befragten Mittelständler gibt ihren Mitarbeitern die Note „gut“ oder „sehr gut“. Dieser Wert hat sich gegenüber 2017 kaum verändert. Ein ähnliches Stimmungsbild zeichnet sich bei der Bewertung der Hausbanken ab: Lediglich 44 Prozent der Befragten trauen es ihrer Bank zu, Industrie-4.0-Daten im Rahmen einer Finanzierung auszuwerten.

Furcht vor Wandel bremst Investitionen

Rund 70 Prozent der teilnehmenden Mittelständler befürchten, dass ihr Unternehmen den Wandel nicht unbeschadet überstehen wird. Als Risiken sehen sie die Globalisierung, internationale Handelskonflikte, den Fachkräftemangel und künstliche Intelligenz. Diese Unsicherheit wirkt sich bei der Hälfte der Unternehmen negativ auf ihre Investitions- und Finanzierungsaktivitäten aus.

„Für eine Vielzahl von Unternehmen ist Industrie 4.0 kein Buzzword mehr, sondern gelebte Realität. Das Internet der Dinge hat den industriellen Mittelstand erreicht.“



Dr. Daniel Bartsch, Gründungspartner und Vorstand, creditshelf Aktiengesellschaft



MADE FOR GERMANY
MARKT DER ZUKUNFT
DAS QUALITÄTSSIEGEL FÜR DEUTSCHLAND



Anzeige

MADE FOR GERMANY

DAS QUALITÄTSSIEGEL FÜR DEUTSCHLAND

Deutschland gehört zu den konkurrenzfähigsten Industriestandorten der Welt, dass dies aber auch in Zukunft so bleibt, bedarf enormer Anstrengungen. Es hat sich herumgesprochen, der „German“ Mittelstand ist eine der tragenden Säulen unserer Marktwirtschaft und wird auch zukünftig immer mehr an Bedeutung gewinnen.

Mit dem Siegel „Made For Germany“ würdigt Deutsches Business TV Unternehmen, die den Standort Deutschland stärken und sich mit ihrem Handeln und ihren Aktivitäten verdient gemacht haben.

EINE PRODUKTION VON:

DEUTSCHES BUSINESS.TV
INNOVATION. VIELFALT. WANDEL.

Weitere Informationen unter:
www.deutsches-business.tv

KONTAKT: Michael Assen
MAIL: ma@deutsches-business.tv
TEL: 0221 - 970 161 - 6

KANN DER MITTELSTAND SEIN FINANZIERungsverhalten OPTIMIEREN?

Carl-Jan von der Goltz, geschäftsführender Gesellschafter von Maturus Finance, erklärt im Interview, wie sich die aktuelle Finanzierungslandschaft für den deutschen Mittelstand darstellt. Der Experte für objektbasierte Finanzierungen erklärt außerdem, weshalb alternative Modelle wie Sale & Lease Back künftig eine sinnvolle Option sein können.



Wie sieht die Finanzierungssituation für den Mittelstand derzeit aus?

Von der Goltz: Für Unternehmen in Sondersituationen wird es immer schwerer, an Kredite zu kommen. Die Banken sind mit einer neuen, strengen Regulatorik konfrontiert: Für ihre Risikopositionen müssen sie mehr Eigenkapital hinterlegen. Außerdem gilt in Zukunft eine strenge Obergrenze für ihre langfristige Verschuldungsquote. Das führt dazu, dass Bonität zum zentralen Faktor wird und die Häuser immer zurückhaltender bei der Kreditvergabe werden.

Wie können Unternehmer darauf reagieren?

Von der Goltz: Ich würde Mittelständlern empfehlen, sich mit ihrer Finanzierungsstrategie und ergänzenden Kapitalmodellen zu beschäftigen. Anfangs ist es sicherlich etwas aufwändig, sich mit unterschiedlichen Möglichkeiten und Finanzierungspartnern auseinanderzusetzen. Allerdings bedeutet eine individuell und breit aufgestellte Finanzierungsstruktur auch mehr Unabhängigkeit und Flexibilität.

Ist Ihr „Sale & Lease Back“-Modell also ein Ersatz für den klassischen Bankkredit?

Von der Goltz: Nein. Wie andere alternative Modelle auch, steht Sale & Lease Back nicht in direkter Konkurrenz zum Geschäft von Banken und Sparkassen. Alternative Finanzierungen sind vielmehr eine strategische Ergänzung mit dem Vorteil, dass dabei häufig die Bonität des Mittelständlers eine weniger entscheidende Rolle spielt.

Wie funktioniert Ihr Finanzierungsansatz und wann kommt er zum Tragen?

Von der Goltz: Produzierende Mittelständler haben oft viel Kapital in Form gebrauchter Maschinen und Anlagen in der Halle stehen. Das sind genau die Objekte, auf die Sale & Lease Back abzielt. Sind dies werthaltige, mobile und gängige Maschinen, lässt sich daraus im Rahmen einer reinen Innenfinanzierung Liquidität generieren. Der Unternehmer verkauft seine Maschinen an uns und least sie gleich im Anschluss wieder zurück. Dabei verlassen die Objekte zu keinem Zeitpunkt die Produktionshalle und können ohne Unterbrechung genutzt werden. Sale & Lease Back kommt oft in Sondersituationen zum Einsatz: Sanierungen und Restrukturierungen, Wachstum nach der Krise, der Erwerb anderer Unternehmen, Nachfolgen oder Transformationsprozesse.

Wer profitiert wie von Sale & Lease Back?

Von der Goltz: Sale & Lease Back wird vor allem von Unternehmen aus dem Maschinenbau, der Metallbe- und -verarbeitung, der Kunststoff- und Holzverarbeitung, der Lebensmittelindustrie, der Textil- oder Druckindustrie, aus dem Hoch- und Tiefbau, der Land- und Forstwirtschaft oder der Transportlogistik in Anspruch genommen. Das Finanzierungsvolumen liegt in der Regel zwischen 400.000 und 15 Mio. EUR – in Einzelfällen auch höher. Durch den Verkauf der Maschinen wird zudem die Eigenkapitalquote erhöht. Das kann Einfluss auf die Bonität des Unternehmens haben und die Aussicht auf einen parallelen Bankkredit verbessern: Meines Erachtens nach zeigt das, wie sich unterschiedliche Finanzierungsarten im Mix ergänzen und verstärken können.

CARL-JAN VON DER GOLTZ

Maturus Finance GmbH

Telefon: +49 40 300 39 36-250

E-Mail: info@maturus.com

Web: www.maturus.com

PER ZUFALL ZUR OPTIMALEN REFINANZIERUNG

Axel Werner (li.), Geschäftsführer von Kuhne Anlagenbau, zeigt Stefan Hnida, Kundenbetreuer bei creditshelf, das Unternehmen

Kuhne Anlagenbau aus Nordrhein-Westfalen fertigt Maschinen zur Herstellung von Folien und Verpackungen. In dem mittelständischen Unternehmen setzt man auf „Made in Germany“, gutes Miteinander, individuelle Produkte und Wirtschaftlichkeit. Auf creditshelf stieß Geschäftsführer Axel Werner eher durch Zufall, war aber schnell Feuer und Flamme für das Finanzierungsmodell.

Qualität muss konkurrenzfähig sein

Kuhne Anlagenbau und die Schwesterfirmen Kuhne GmbH sowie K-Tool bilden zusammen die KUHNE-Group – einen Unternehmensverbund, der sich auf sogenannte Extruder spezialisiert hat. Das sind Maschinen zur Folien- und Kunststoffplattenproduktion. „Einen Extruder kann man sich im Prinzip wie einen

heißen Fleischwolf vorstellen: Hinten kommt Kunststoffgranulat hinein, das vorn als amorpher Brei herauskommt und dann zu dünnsten Folien oder stabilen Platten weiterverarbeitet wird“ – so beschreibt Axel Werner dem Laien gern die Funktionsweise der Maschinen aus seinem Haus. Werner ist Geschäftsführer von Kuhne Anlagenbau und für Einkauf, Finanzen und Personal verantwortlich. Der gebürtige Niedersachse studierte BWL in Göttingen und blickt auf einen umfangreichen Maschinenbau-Background zurück. Während er in einem Maschinenbauunternehmen derselben Abnehmerbranche tätig war, wurde er von Inhaber Peter Kuhne angesprochen und wechselte 2010 schließlich in die KUHNE-Group. Werner ist ein freundlicher, geradliniger und konsequenter Gesprächspartner. Die nötige Geduld für seine Arbeit und die Fähigkeit, bei Herausforderungen auch mal die Zähne

zusammenzubeißen, hat er sich auch durch sein Hobby – das Radfahren – angeeignet. Und Herausforderungen gibt es in der Maschinenbau-Branche zur Genüge. So muss Werner ständig darauf achten, die Wettbewerbsfähigkeit seines Unternehmens zu erhalten und wenn möglich zu verbessern. „Wir setzen bewusst auf die Fertigung in Deutschland und auf meist lokale Lieferanten. Das ist zwar ein Qualitätsvorteil gegenüber anderen Maschinenbauern, die in Asien produzieren, bedeutet aber auch höhere Lohn- und Herstellungskosten. Es ist nicht so leicht, sich damit gegen die internationale Konkurrenz durchzusetzen“, sagt der Geschäftsführer. Ein anderes Problem sei der Bedarf an Fachkräften. So gäbe es in der Region eine hohe Dichte an Maschinenbauunternehmen und dementsprechend starke Konkurrenz bei der Suche nach gut ausgebildetem Personal.

Bessere Maschinen durch gutes Klima

Zugute kommt der KUHNE-Group ihre mitarbeiterfreundliche Firmenphilosophie. Am Standort der drei Unternehmen in Sankt Augustin herrschen kurze Wege – man kennt sich oft persönlich. Zudem wird fair miteinander umgegangen und offen kommuniziert. „Wir können nicht nur Schmusekurs fahren, das ist klar, aber ehrlich und zuverlässig geht es in unserer Personalpolitik auf jeden Fall zu. Ein gutes Beispiel ist die Finanz- und Wirtschaftskrise 2007 bis 2009: Auch wenn aller Grund dazu bestanden hätte, gab es damals bei uns keine Entlassungswelle. Im Management versuchen wir immer fair und kollegial zu sein. Denn wer das im Alltag nicht selbst vorleben kann, kann es auch von seinen Mitarbeitern nicht erwarten“, stellt der Geschäftsführer klar. Wichtig für die Motivation der 250 Mitarbeiter und ihre Identifikation mit dem Betrieb sei auch Inhaber Peter Kuhne. Als Unternehmerkopf kenne er viele der Kollegen schon seit Jahrzehnten persönlich und die Leute wüssten, für wen sie täglich ihr Bestes gäben. Insgesamt herrschten dadurch in der KUHNE-Group eine geringe Fluktuation und hohe Betriebszugehörigkeiten. Manche Kollegen seien schon seit 45 Jahren mit an Bord.

Mit Einzigartigkeit überzeugen

Weitere Zutaten im Kuhne-Erfolgsrezept sind die individuelle technische Betreuung der Kunden und die oftmals maßgeschneiderten Maschinen. „Für uns steht das Problemlösen für den Kunden im Vordergrund. Wir beraten nachhaltig und finden einzigartige technische Lösungen“, sagt Werner. Der Begriff „Alleinstellungsmerkmal“ ist bei der KUHNE-Group deshalb fast wörtlich zu nehmen: „Folien mit bis zu 13 einzelnen Schichten kann beispielsweise kein anderer. – Wir haben die Rezepturen dafür patentieren lassen. Und auch die Tripple-Bubble®-Technologie gibt es in der

„Projektfinanzierungen wie die des Anlagenbauers bringen normalerweise einige Herausforderungen mit sich.“

Stefan Hnida, Kundenbetreuer bei creditshelf

Form nur bei Kuhne. In unserem Segment findet man weltweit einfach kaum vergleichbare Anbieter“, sagt Werner selbstbewusst. Bei dem eben erwähnten Tripple-Bubble®-Verfahren wird, vereinfacht gesagt, ein aus bis zu 13 unterschiedlichen Kunststoffschichten erzeugter Folienschlauch gleichzeitig in zwei Richtungen ausgestreckt. Dadurch können die isolierenden Eigenschaften beispielsweise einer Lebensmittelverpackung deutlich verbessert werden. Zudem lässt sich so mit dünneren und damit ressourcenschonenden Foliendicken arbeiten. Die bei Kuhne gefertigten Anlagen produzieren später eine ganze Reihe von Produkten: von der hauchdünnen Folienverpackung über den sicheren Bluttransfusionsbeutel bis hin zur stabilen Automobil-Dachbox oder der Noppenfolie zur Gebäudeisolierung. Durch die weltweite Sonderstellung der KUHNE-Group sind die Kunden entsprechend über den ganzen Globus verteilt – von den USA bis China, von Russland bis Großbritannien, von Südamerika bis Südkorea. Werner und seine Kollegen sind sich natürlich auch der öffentlichen Debatte um das Material Kunststoff bewusst. Deswegen machen sich die Experten in Sankt Augustin bei

der Entwicklung von Lösungen viele Gedanken über Ressourcenschonung und Kompostierung. Die KUHNE-Group blickt bei diesen Themen in Richtung Zukunft, möchte aufklären, sensibilisieren und sich gemeinsam mit ihren Kunden weiterentwickeln.

Vom Forfaitieren zum Fintech

Auch wenn das Unternehmen oft Unikate baue und sich über weltweite Kunden freue: An Kosteneffizienz und der Suche nach aussichtsreichen Refinanzierungen führt für Geschäftsführer Axel Werner dennoch kein Weg vorbei. Sozusagen über einen kleinen Umweg kam er so auch zu creditshelf. „Wir hatten für einen Kunden eine Tripple-Bubble®-Anlage gefertigt und ihm für einen Teilbetrag des Preises ein längeres Zahlungsziel eingeräumt. Diese zwei Mio. EUR wollten wir über einen Forderungsverkauf vorfinanzieren. Gewöhnlich nutzen wir dafür ein ‚Forfaitieren‘ genanntes Verfahren, das aber leider in diesem Fall keinen Erfolg versprach“, erinnert sich Werner. Forfaitieren nennt man den Verkauf einzelner offener Forderungen an einen sogenannten Forfaiteur. Der Verkäufer der Forderung – in dem Fall der





Kuhne Anlagenbau – hätte die zwei Mio. EUR also gleich vom Forderungskäufer erhalten und nicht erst zu dem späteren Zeitpunkt, zu dem der Kunde gezahlt hätte. Dabei gab es jedoch ein Problem: „Für den Forfaieteur wäre es unverzichtbar gewesen, die Zahlungsfähigkeit unseres Kunden zu kennen. Schließlich muss er ganz sicher gehen, später auch sein Geld zu bekommen. Da unser Kunde aber im Ausland sitzt, wäre es für den Forfaieteur nur schwer möglich gewesen, seine Bonität abschließend zu ermitteln. Deswegen kam der Forderungsverkauf hier nicht infrage“, schildert Axel Werner. Der von Kuhne Anlagenbau engagierte Berater hatte jedoch einen Alternativvorschlag in petto: Er vermittelte Axel Werner an creditshelf. Also schrieb der Geschäftsführer im Mai 2019 an das ihm noch unbekanntes Fintech-Unternehmen und bekam umgehend Antwort.

Überzeugt von Service und Flexibilität

„Das war wirklich der absolute Wahnsinn: Vom Erstkontakt bis zur Auszahlung dauerte es nur zwei Monate. creditshelf musste sich in nur knapp einem Monat ein Bild davon machen, wer wir sind. Im Vergleich dazu kennt eine Bank viel länger, weiß über die ganze Vorgeschichte des Unternehmens Bescheid und ist nicht annähernd so schnell“, sagt Werner begeistert. Anfang Mai war der creditshelf-Kundenbetreuer Stefan Hnida selbst vor Ort in Sankt Augustin und ließ sich vom Geschäftsführer das Unternehmen zeigen. Beide fanden sofort einen guten Draht zueinander. „Die offene und verbindliche Art von Herrn Hnida hat mir von Anfang an gefallen. Ich habe auf Mails und Anfragen immer eine direkte Reaktion bekommen“, lobt Werner den creditshelf-Firmenkundenbetreuer. „Projektfinanzierungen wie die des Anlagenbauers bringen normalerweise einige Herausforderungen mit sich. Hier muss ein Finanzierer genau hinschauen:

„Wir kennen durch creditshelf jetzt eine praktische Option, wenn wir in einem besonderen Einzelfall etwas refinanzieren wollen.“

Axel Werner, Geschäftsführer, Kuhne Anlagenbau



Wie sicher zieht das Unternehmen das Projekt durch? Kann es zu Zeitverzügen kommen? Ist die Finanzierung sauber durchkalkuliert und die Lieferkette klar aufgestellt? Doch dank des Geschäftsführers und seiner langjährigen Erfahrung stimmte hier jedes Detail“, sagt Hnida. Um dem Kundenwunsch nach Flexibilität zu entsprechen, wird das Darlehen schließlich in zwei Tranchen ausgezahlt: Die erste Million Euro in einer endfälligen Struktur von zwölf Monaten – der Kunde hat ein Jahr Zeit für die Rückzahlung. Später folgt die zweite Million Euro als Annuitätendarlehen mit 24 Monaten Laufzeit. Hat der Anlagenkäufer den ersten Teil der Forderung beglichen, zahlt Kuhne in regelmäßigen Raten den Rest des Kredites zurück.

Ein Modell mit Zukunft

Wie sich zeigte, hatte es dem Betriebswirt besonders das Fintech-Modell selbst angetan: „Dass creditshelf Mittel von institutionellen Investoren im Rahmen einer Auktion vermittelt und dabei das Zinsband festlegt, ist einfach eine

super Idee. Zudem wussten wir immer, welche Informationen den möglichen Geldgebern bereitgestellt werden – alles war transparent und gut aufbereitet.“ Von den beiden Hausbanken, die das Unternehmen finanzieren, wird sich Axel Werner dennoch nicht trennen. „An unserer grundlegenden Finanzierung ändert sich nichts. Aber wir kennen durch creditshelf jetzt eine praktische Option, wenn wir in einem besonderen Einzelfall etwas refinanzieren wollen“, erklärt Werner. Wann das wieder einmal nötig sein wird, kann der Geschäftsführer heute noch nicht abschätzen. Auf jeden Fall ist er von dem Konzept überzeugt: Er würde den Fintech-Ansatz auch seinen Kunden oder anderen Maschinenbauern empfehlen, wenn diese einmal besonderen Finanzierungsbedarf haben sollten. Die nächsten Projekte von Kuhne Anlagenbau sind jedoch gesetzt: So möchte das Unternehmen stärker in den USA Fuß fassen. Außerdem will man in Sankt Augustin neue Lösungen für die Medizintechnik und das Recycling entwickeln.



CREDITSHELF ÜBERNIMMT FINANZIERERER VALENDO

Die europäische Finanzdienstleistungsbranche hat Schwierigkeiten, den Anschluss bei der digitalen Transformation zu finden – nicht so creditshelf. Mit der Übernahme von Valendo erweitert das Fintech sein Portfolio für digitale Finanzierungs-lösungen.



„Gemein-sam kön-nen wir sowohl das Technologie- als auch das Finanzierungs- produkt weiter ausbauen und einer breiteren Kunden- gruppe zur Verfügung stel- len. Darüber hinaus werden wir vom Standort Berlin aus zusätzliche Angebote in der Zusammenarbeit mit dem finleap-Ökosystem entwickeln.“

John v. Berenberg-Consbruch,
Geschäftsführer von Valendo



Um die Nase auch zukünftig vorn zu haben, hat das Frankfurter Fintech creditshelf sämtliche Geschäftsanteile an der Valendo GmbH gekauft. Das in Berlin ansässige Unternehmen ist ebenfalls auf die technologiegestützte Finanzierung kleiner und mittelständischer Unternehmen spezialisiert – mit dem Schwerpunkt auf Risikomanagement und Kredit-Servicing. Damit erschließt sich creditshelf zusätzliche Tools zur Risikoanalyse und -überwachung.

Erweiterung der Finanzierungslösungen um besicherte Kredite

Bisher fokussierte sich das Angebot von creditshelf im Wesentlichen auf unbesicherte Kredite in einer Höhe von 100.000 bis 5 Mio. EUR bei einer Laufzeit von bis zu fünf Jahren. Mit der Akquisition von Valendo können creditshelf-Kunden auf zusätzliche, vor allem besicherte Instrumente der Mittelstandsfinanzierung zurückzugreifen. Damit ergänzen sich die beiden digitalen Finanzierer optimal in ihrem Portfolio und bieten Kunden eine attraktive Palette an Finanzierungsmöglichkeiten zur Auswahl.

Unternehmen, die Liquidität für ihr weiteres Wachstum benötigen, können über Valendo ihre Sicherheiten beleihen und so Kredite zwischen 500.000 und 3 Mio. EUR erhalten. Die Angebotspalette reicht von Lagerfinanzierungen über Factoring bis hin zu maßgeschneiderten Liquiditätslösungen.

Internationales Netzwerk aus Investoren und Finanzdienstleistern

Mit der Übernahme von Valendo geht auch eine Kooperation mit dem Fintech-Ökosystem finleap einher. finleap wurde 2014 in Berlin gegründet und hat sich zum führenden Fintech-Ökosystem in Europa entwickelt. Insgesamt beschäftigt die finleap-Gruppe mehr als 800 Mitarbeiter aus über 60 Nationen. Derzeit umfasst das Netzwerk 16 Finanzdienstleistungsunternehmen, die kleine sowie mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen mit innovativen Finanzlösungen unterstützen.

Daraus ergibt sich der Zugang zu Investoren und Marktführern in den Bereichen digitale Versicherung, digitale Inkasso sowie Cybersicherheit. Aus diesem Netzwerk gehen unter anderem folgende Unternehmen hervor: die Solarisbank, die erste Banking-Plattform mit Vollbanklizenz, ELEMENT, ein voll-digitaler Versicherer, sowie PAIR Finance, ein Anbieter von datenbasiertem Forderungsmanagement. Zudem unterstützt das Ökosystem finleap die Partnerunternehmen bei der Rekrutierung der größten Talente.

„Mit dem Erwerb von Valendo treiben wir unsere Wachstumsstrategie aus Softwareentwicklung, Kooperationen und einer Erweiterung des Produktportfolios gezielt voran. Gleichzeitig erhalten wir Zugang zum führenden Fintech-Standort Berlin und dem dortigen Pool an Talenten.“

Dr. Tim Thabe, Gründungspartner und Vorstand, creditshelf Aktiengesellschaft

WER IST EIGENTLICH VALENDU?

- 2015 als Teil der finleap-Gruppe in Berlin gegründet
- Spezialist für technologiegestützte, besicherte Finanzierung von KMU
- Service-Provider für Refinanzierungspartner
- Fokus auf schnell wachsende E-Commerce-Unternehmen
- Starkes Know-how in den Bereichen „Asset backed lending“, „Unternehmensfinanzierung“ und „IT“

VORTEILE DER PARTNERSCHAFT AUF EINEN BLICK

- Mitglied des in Europa führenden Fintech-Ökosystems finleap
- Niederlassungen in den Fintech-Zentren Berlin und Frankfurt
- Digitale Finanzierungslösungen für unbesicherte und besicherte Kredite
- Attraktives Finanzierungsportfolio, inklusive Risikoanalyse und -überwachung

MEILENSTEINE DER MITTELSTANDSFINANZIERUNG

Zusätzliches Kapital für das Unternehmenswachstum? In der Menschheitsgeschichte war es noch nie so einfach wie heute, Fremdkapital ins Unternehmen zu holen. In einem kleinen Rückblick präsentieren wir die Geschichte des Kreditwesens.

50 v. Chr.

Das Bankenzentrum der Römer ist auf dem Forum Romanum. Wegen des hohen Kapitalbedarfs – nicht zuletzt für Investitionen in lukrative Ämter – wird per Gesetz eine Zinsobergrenze von 12 % festgelegt, aber oft deutlich überzogen. Für Wiederaufbaukredite nach einem schweren Erdbeben verlangen private Geldgeber schon mal einen Jahreszins von 40 %.

2.000 v. Chr.

Kaufleute finanzieren Handelskarawanen mit Kupfer, Silber und Gold von Anatolien ins mehr als 1.000 Kilometer entfernte Assur im heutigen Irak. Wie Wertpapiere werden die Schuldscheine der Karawanenunternehmer gehandelt: Wer bereits vor der Rückkehr der Karawane sein Geld zurückhaben will, kann seinen Schuldschein verkaufen – allerdings mit einem kräftigen Risikoabschlag.

12. Jahrhundert

Im mittelalterlichen Europa gilt das Zinsverbot der katholischen Kirche. Menschen jüdischen Glaubens unterliegen diesem Verbot jedoch nicht – Papst Alexander III. gestattet ihnen 1179 sogar ausdrücklich das gewerbsmäßige Verleihen von Geld und macht sie damit zu den einzig möglichen Kreditgebern. Mit diesem Geld können beispielsweise Handwerker größere Warenmengen saisonal ankaufen, diese verarbeiten und später gewinnbringend verkaufen. Das Zinsverbot wird offiziell erst 1830 durch Papst Pius VIII. aufgehoben.

15. Jahrhundert

Jakob Fugger aus Augsburg leiht Salzburger Silbergrubenbesitzern Geld und lässt sich dafür erstmals eine Art Aktienbeteiligung ausstellen. Zudem handelt er europaweit und finanziert den Handel zwischen Nordsee und Mittelmeer. 1494 wird sein Unternehmen zur ersten offenen Handelsgesellschaft Europas.

1850

Die ersten Kreditbanken entstehen, haben aber wenig Interesse an Mittelstandsfinanzierung. So bilden sich zunehmend solidarische Kreditgemeinschaften zur Finanzierung von Handwerksbetrieben, kleinen und mittelständischen Unternehmen. Aus ihnen entwickeln sich rasch die Genossenschaftsbanken. Mit der Industrialisierung wird der Zugang für KMU zu Fremdkapital deutlich vereinfacht.

18. Jahrhundert

Mit dem Aufkommen von Grundbüchern in deutschen Städten wird die Vergabe von Hypothekenkrediten erleichtert. Privat- wie Geschäftsleuten ist es nun möglich, Immobilien zu beleihen, um Liquiditätsengpässe und Wachstum zu finanzieren.

1920

Hyperinflation und Weltwirtschaftskrise prägen die 20er Jahre. Für Mittelständler ist es praktisch unmöglich, an Kredite zu kommen – wenn, dann nur mit kurzen Laufzeiten und zusätzlichen Sicherheiten. Nach Hitlers Machtergreifung gibt es auch wieder KMU-Kredite – um den Linkskurs des Mittelstands zu korrigieren.

1950

Das Wirtschaftswunder prägt das westliche Nachkriegsdeutschland: Fremdkapital entwickelt sich zum bevorzugten Mittel der Unternehmensfinanzierung, der Bankkredit erreicht einen hohen Stellenwert. In der DDR sind die Banken verstaatlicht, Kredite werden vom Staat diktiert. Banken haben nur noch die Funktion, Kredite zu überwachen und zu steuern.

2019

Industrie 4.0, selbstlernende Maschinen und Internet of Things prägen die Innovationen in deutschen KMU. Die digitale Mittelstandsfinanzierung nimmt weiter Fahrt auf. Durch den Einsatz von Artificial Intelligence und alternativer Arbeitsmethoden richtet creditshelf Prozesse und Abläufe immer näher am Kundenbedürfnis aus, die Risikoanalysetools werden kontinuierlich weiterentwickelt, die Laufzeiten der arrangierten Kredite verlängern sich. Die Marktpartner danken es: creditshelf kann sein Kreditvolumen im ersten Halbjahr gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppeln.

**2018**

Die neue Generation innovativer Unternehmer im Mittelstand braucht frisches Kapital für innovative Ideen. Die Nachfrage nach alternativen Finanzierungslösungen steigt. Immer mehr Firmen nutzen den rein digitalen Finanzierungsprozess von creditshelf und machen das Fintech zum Marktführer in der digitalen Mittelstandsfinanzierung. Im Sommer geht creditshelf an die Börse.

**2008**

Nach dem Platzen der US-amerikanischen Immobilienblase 2007 meldet das Bankhaus Lehman Brothers im September Insolvenz an und die globale Finanzkrise nimmt ihren Lauf. Der Interbankenhandel kommt praktisch zum Erliegen, „Bankenrettung“ und „Griechenlandkrise“ werden zu Schlagzeilen. In der Folge steigen die Anforderungen an Eigenkapitalquote und Besicherung von Krediten unter dem Schlagwort „Basel II“. In vielen Fällen steigen die Kreditzinsen für KMU – die „Kreditklemme“ geistert durch Deutschland.

2009

Die Europäische Zentralbank senkt im Zuge der herrschenden Rezession den Leitzins in mehreren Schritten auf 1,0 %. Seit 2012 fällt er weiter und erreicht 2016 die 0,0%-Linie. Unternehmenskredite werden hierdurch günstiger – sind aber nach wie vor für Mittelständler teilweise schwer zu bekommen, weil weitere Bankenregulierungen mit neuen Eigenkapitalrichtlinien und gestiegenen Anforderungen an Bonität und Rating der Kreditnehmer zum Tragen kommen.

2001

Nachdem Factoring bereits in den 1950er Jahren von deutschen Großunternehmen genutzt wurde, hat sich diese alternative Finanzierungsart mit dem Verkauf von Forderungen an Dritte gegen Ende des 20. Jahrhunderts im deutschen Mittelstand immer weiter verbreitet. 2001 gründen Factoringunternehmen den Bundesverband Factoring für den Mittelstand. In der Folge stärken immer mehr Unternehmen ihre Liquidität durch den Forderungsverkauf.

2000

Nach überstandener Millenniums-Bug platzt im März die Dotcom-Blase: Hohe Gewinnerwartungen und stetig steigende Aktienkurse bei Firmen der digitalen Revolution hatten zu überzogenen Kursen geführt – die jetzt einbrechen. Unter dem Vertrauensverlust in die IT-Branche leiden auch gesunde kleine und mittelständische Technologieunternehmen. Für sie sind Kredite kaum zu bekommen.

1962

Erste Leasinggesellschaften werden in Deutschland gegründet. Sie stoßen auf eine Reihe von Hürden: Einerseits ist der rechtliche und steuerliche Rahmen der neuen Investitionsform noch nicht abgesteckt, andererseits das unternehmerische Denken noch stark vom Eigentumsgedanken geprägt. Doch schon bald erkennt auch der Mittelstand die Vorteile dieser Finanzierungsalternative.

1990

Nach der Wiedervereinigung erlebt die deutsche Wirtschaft einen Boom. Kredite werden für Privatleute wie für Firmenkunden relativ einfach bewilligt. Zeitaufwändig sind das Ausfüllen des Kreditantrags, das Einsammeln aller benötigten Unterlagen und der Termin beim Firmenkundenberater der Bank oder Sparkasse. Wenn es schnell gehen soll, hilft gelegentlich ein Faxgerät beim Übersenden vergessener Unterlagen.



PERSONAL INNOVATIV MANAGEN

Die IT-Software in vielen Personalabteilungen ist veraltet und arbeitet ineffizient. Wo man den Hebel ansetzen sollte und wie sich der Fachkräftemangel abfedern lässt, erläutert Prof. Walter Gora.

Herr Professor Gora, wie professionell ist die Personalarbeit im Mittelstand?

Ich muss leider sagen: wenig professionell. Oftmals laufen in der Personalarbeit IT-Systeme aus den 1990er Jahren, die zwar an die geänderten gesetzlichen Vorschriften angepasst wurden, aber viele Defizite aufweisen. Lohn- und Gehaltsabrechnung schaffen diese Systeme gerade noch, moderne Anforderungen, wie Personalentwicklung oder -controlling, lassen sich damit jedoch nicht unterstützen. Zudem haben nach meiner Praxiserfahrung rund 60 Prozent der Unternehmen Probleme mit der eingesetzten Software.

Woran liegt es, dass so viel veraltete Software genutzt wird?

Viele Mitarbeitende in der Personalabteilung sind schlicht verliebt in ihre Software – was sicherlich oftmals auch mit dem Alter der Beschäftigten zu tun hat. Bei einem Automobilzulieferer fanden wir genau diese Situation vor. Aber es gab unter den älteren Damen auch einen 30-Jährigen,

der auf unsere kritischen Fragen sofort ansprang und vor Wut platzte: Er musste mit einem antiquierten System mit grüner Schrift auf dunklem Untergrund arbeiten.

Welche Software empfehlen Sie Ihren mittelständischen Kunden?

Sie sollten in ein HR-System investieren, das komplexe Systeme des modernen Personalmanagements dauerhaft verbessert: Employee-Self-Service, Personalakquise und -entwicklung gehören hier ebenso dazu wie Data-Management oder ein Korrespondenzmanagement-System.

Ist derartige Software nicht sehr teuer?

Eigentlich nicht, denn oftmals wird das Wirtschaftlichkeitspotenzial in der Personalarbeit nicht erkannt. In etlichen Unternehmen läuft beispielsweise die Lohn- und Gehaltsabrechnung zu Kosten von 35 € pro Monat und Beschäftigten. Mit einer modernen und integrierten HR-Software lassen sich diese Kosten auf 5 bis 10 € reduzieren. Ich empfehle unseren Kunden, das einmal von

externer Warte aus ansehen zu lassen und dann bessere Leistung für geringere Kosten zu installieren. Zudem können die Zeitwirtschaftssysteme massiv Personalressourcen fressen.

Der Fachkräftemangel ist gerade in aller Munde. Wie lässt sich hier gegensteuern?

Indem wir mehr Kinder produzieren. (lacht) Im Ernst: Neben der Fachkräfteakquisition aus dem Ausland brauchen wir in vielen deutschen Unternehmen eine bessere Bindung und Identifikation, um der Fluktuation zu begegnen und Beschäftigte als glaubwürdige Unternehmensbotschafter einzusetzen. Ein bisschen Rezession täte unserem Arbeitsmarkt auch gut, um den aktuell zu hohen Stellenwert der Work-Life-Balance etwas zu reduzieren und wieder effizienteres Arbeiten zu befördern.

Wie können Unternehmen heute gute Fachkräfte für sich gewinnen?

Nutzen Sie die Sozialen Medien – aber mit Strategie und Nachhaltigkeit! Hier müssen Zeit und Geld investiert werden. Wir sprechen von ‚Human Ressource Management 2.0‘, wenn wir beispielsweise Interesse auf dem Bewerbermarkt für das Unternehmen wecken, Bekanntheit und Image langfristig aufbauen und eine Bindung herstellen, die sich zu einem Arbeitsverhältnis entwickeln kann.



Prof. Dr.-Ing. Walter Gora

Jahrgang 1960, studierte Informatik an der Universität Erlangen-Nürnberg und promovierte 1988. Als Berater und Geschäftsführer war er für verschiedene Unternehmen in der Management- und Technologieberatung aktiv. 2004 gründete er die Valora Management Group GmbH, die Valora Consulting GmbH und die Cisar – consulting and solutions GmbH. Als deren geschäftsführender Gesellschafter arbeitet er in den Bereichen Organisation, Informations- und Kommunikationstechnologie, Innovation, Controlling und Projektmanagement. Gora ist Gastprofessor an der Universität der Künste in Berlin und lehrt an der ZFU International Business School in der Schweiz.

Anzeige

Besonderer Weg? Wir bieten Ihnen den nötigen Halt!

Sale & Lease Back als alternative Mittelstandsfinanzierung:

- M** Liquiditätszufluss durch Ankauf Ihrer Maschinen bei gleichzeitiger Weiternutzung
- M** Banken- und bonitätsunabhängige Innenfinanzierung
- M** Verbesserung der Bilanzkennzahlen und damit Ihres Ratings
- M** Realisierung außerordentlicher Erträge durch Heben stiller Reserven

MATURUS
FINANCE GMBH

T +49 40 3003936-250
info@maturus.com

www.maturus.com

ERFOLG DURCH NETZWERK

Wir sind ein digitales Unternehmen, legen aber großen Wert auf den persönlichen Kontakt zu Ihnen. Im direkten Austausch können wir unsere Visionen, Innovationen, Produkte und Leistungen am besten vorstellen und erläutern. Im Rahmen verschiedener Veranstaltungsformate zeigen wir nicht nur, welche alternativen Finanzierungsmöglichkeiten wir im Portfolio haben. Wir teilen auch unsere Erfahrungen aus der Praxis mit Ihnen und gewähren einen Blick hinter creditshelf. Netzwerken Sie mit uns auf folgenden Events:

Events mit creditshelf als (Mit-)Veranstalter

Finanz-Talk: Digitale Mittelstandsfinanzierung

Die verschärften Eigenkapitalanforderungen an Kreditinstitute haben zur Folge, dass sich die Banken zunehmend auf große bis sehr große Unternehmen konzentrieren. Mittelständische Firmen unterhalb einer bestimmten Umsatzschwelle haben es deshalb schwer, an Kredite zu gelangen. Für sie bieten neue Anbieter – FinTechs wie creditshelf – eine optimale Alternative. Diese Finanzierer sind nicht nur eine sinnvolle Ergänzung auf dem Kreditmarkt. Sie punkten bei den Mittelständlern zudem mit schnellen Entscheidungen und schlanken Prozessen.

Wenn Sie an dem qualifizierten Austausch zwischen Fintechs, Vertretern etablierter Banken und Finanzexperten teilnehmen möchten, merken Sie sich gern schon diese Termine für 2020 vor:

- ★ • Hamburg: 04.03., 27.05., 23.09.2020
- Berlin: 05.03., 28.05., 24.09.2020
- Stuttgart: 11.03., 17.06., 14.10.2020
- München: 12.03., 18.06., 15.10.2020
- Düsseldorf: 01.04., 24.06., 04.11.2020
- Frankfurt am Main: 02.04., 25.06., 05.11.2020

Wir informieren Sie rechtzeitig über unsere Partner und Locations.

Morning Meetup

Mittelständlern stehen bei ihren Finanzierungsvorhaben derzeit vielfältige Finanzierungsformen zur Verfügung. Zur Auswahl stehen Crowdfunding, Direct Landing, Factoring oder Finetrading. Welches Modell ist geeignet und sinnvoll? Bei unseren Morning Meetups bieten wir Ihnen die Möglichkeit, mit Vertretern aus verschiedenen Finanzierungsbereichen ins Gespräch zu kommen. Die Vorträge werden durch spannende Praxisbeispiele bereichert. Die genauen Termine für 2020 folgen.

- ★ • Frankfurt am Main, tba
- München, tba
- Hamburg, tba

Referenten: creditshelf AG, Dr. Wieselhuber & Partner GmbH,
Patrimonium Asset Management AG
Medienpartner: Unternehmeredition aus dem Hause GOING PUBLIC!

Messen

Convent Mittelstandstage: die bundesweite Veranstaltungsreihe

Die Convent Mittelstandstage sind Teil einer bundesweiten Veranstaltungsreihe, die seit fast 20 Jahren in den Wirtschaftszentren Deutschlands umgesetzt wird. Bei den Events haben Sie die Möglichkeit, Geschäftsführer, Vorstände sowie Entscheider von mittelständischen, inhabergeführten Unternehmen mit einem Umsatz von fünf bis 150 Mio. EUR zu treffen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme an folgenden Terminen:

- ★ • 16. Norddeutscher Unternehmertag, Hamburg, 19.05.2020
- 5. Mittelstandsforum NRW, Düsseldorf, Juni 2020
- Mittelstandstag Rheinland-Pfalz, Mainz, 04.06.2020
- Mittelstandsforum Schleswig-Holstein, Kiel, 11.06.2020
- 17. Mittelstandsforum BW, Stuttgart, 16.07.2020
- 19. Mittelstandstag FrankfurtRheinMain, Frankfurt am Main, November 2020
- 17. Mitteldeutscher Unternehmertag, Leipzig, 30.11.2020

16. Structured Finance

Structured Finance ist die Kongressmesse für moderne Unternehmensfinanzierung mit der höchsten CFO-Präsenz in Deutschland. Finanzentscheider mittelständischer und börsennotierter Unternehmen treten in den Austausch mit Anbietern moderner Finanzierungsmodelle.

Wir laden Sie ein, mit uns bei der **16. Structured Finance am 25.-26.11.2020** in den Dialog zu treten.

Wo: ICS – Internationales Congresscenter Stuttgart

Wann: 25.-26.11.2020

Externe Events

Bei den folgenden Veranstaltungen und Events ist creditshelf als Speaker, Aussteller und Teilnehmer vor Ort. Wir freuen uns darauf, Sie dort zu treffen und laden Sie gern ein zu:

- ★ • Frühjahrsfachtagung KMU-Berater, Frankfurt am Main, 20.03.2020
- AltFi London Summit, London, 18.05.2020
- Lendit Fintech Europe, London, 23.-24.09.2020
- AltFi Global Summit 2020, tba
- Familienunternehmertag 2020, tba
- Deutscher Steuerberatertag 2020, tba
- Nachfolgerforum 2020, tba

RÜCKBLICK



Morning Meetup am 11.09.2019 in München:

Florian Weinkauff (Firmenkundenbetreuer, creditshelf AG), Knud Dippel (Investment Manager, Patrimonium Asset Management AG), Christian Groschupp (Mitglied der Geschäftsleitung, Dr. Wieselhuber & Partner GmbH) und Volker Riedel (Partner, Dr. Wieselhuber & Partner GmbH) (v.l.n.r.)



Börsenfrühstück im Handelssaal der Frankfurter Wertpapierbörse am 12.09.2019 in Frankfurt am Main:

Birgit Hass (Leiterin Marketing & Kommunikation, creditshelf AG) und Michael B. Thirirot (Head of Designated Sponsoring, ODDO SEYDLER BANK AG)



Großer Preis des deutschen Mittelstands am 14.09.2019 in Würzburg:

Birgit Hass (Leiterin Marketing & Kommunikation, creditshelf AG)



„Steuerberater unter sich“, Veranstaltung des BVMW am 17.09.2019 in Hanau:

Beatrice Brenner (Leiterin BVMW Regionalbüro Unterrhein) und Dr. Daniel Bartsch (Vorstand, creditshelf AG)



Equity Lounge von Dr. Wieselhuber & Partner GmbH am 18.09.2019 in Frankfurt am Main:

Alexander Biesalski (Inhaber, Biesalski & Company) und Anna Schönfeld (Marketing, creditshelf AG)

creditshelf blickt auf einige großartige informative und auch unterhaltsame Veranstaltungen zurück. Vielleicht haben wir uns sogar mit Ihnen auf einem der Events über die neuen Trends in der Finanzierungsbranche ausgetauscht. Finden Sie in der nachfolgenden Übersicht einige Impressionen.



NKF Fintech Summit am 18.09.2019 in Frankfurt am Main:

Laura Gabriel (Marketing Managerin, creditshelf AG)



Finanz-Talk am 25.9.2019 in Hamburg:

Martin Schemm (Leiter Product Partnermanagement, iwoca GmbH), Dr. Cyrus Kalateh (Vice President Partnerships, auxmoney GmbH), Dr. Daniel Bartsch (Vorstand, creditshelf AG), Eva Sartorius (Mitglied der GL, quickpaid von A.B.S. Global Factoring AG) und Lars Hille (Senior Partner, Roland Berger GmbH) (v.l.n.r.)

MEINUNG HABEN, MEINUNG TEILEN

Fachexperten sprechen über brandaktuelle Themen aus der Finanzwelt

Überall findet Wandel statt, sei es in der Marketingkommunikation, in der Personalarbeit oder in der Finanzierung. So hat beispielsweise das Gießkannenprinzip bei der Käuferansprache schon lange ausgedient. Doch wie erreicht man die potenziellen Kunden? Wie finden sich Start-ups an klassischen Märkten zurecht? Sind HR-Abteilungen eigentlich auch von der Digitalisierung betroffen? Und wie kommt der Mittelstand an Kapital, um all die Innovationen zu finanzieren? Wir haben Influencer aus der Finanzbranche zu diesen aktuellen Themen zu Wort kommen lassen.



Edda Vogt,
Executive Channel
Manager / Website
Manager / Financial
Editor, Deutsche Börse

Welche IT-Lösungen für Personalsysteme braucht der Mittelstand heute?

Veränderungen sind nichts Neues, jedoch die Qualität der Veränderungen ist neu: Höhere Leistung mit weniger Personal, Digitalisierung der Prozesse, Kostenvorgaben und viele „bewegliche“ Ziele – heute die Restrukturierung, morgen der Merger, übermorgen Outsourcing. Die Personalbereiche sind immer betroffen. Die Anforderungen an eine moderne Personalarbeit haben sich in den letzten Jahren grundlegend verändert und damit auch die informationstechnischen HR-Systeme. Integrierte Systeme sind heute ein „Muss“. Bei vielen Unternehmen versucht man aber immer noch, mit den Werkzeugen von gestern die Anforderungen von heute zu bewältigen.

Lesen Sie mehr auf: www.boerse-frankfurt.de



Timm Leibfried,
Head of News &
Stories, STATION UG

Herr Leibfried, von außen sieht es manchmal so aus, als beschäftigten sich viele Start-ups am liebsten mit anderen Start-ups ...

Das Spannungsfeld zwischen Old und New Economy existiert zwar noch, verwässert aber allmählich. Langsam, aber es passiert. Synergien zwischen Akteuren beider Seiten können entstehen, wenn Challenger und etablierte Unternehmen gegenseitigen Austausch fordern und fördern. Langfristig wird sich ein Start-ups allerdings nur dann in der Old Economy behaupten, wenn es echte Innovation und einen messbaren Mehrwert liefert. Umgekehrt muss aber auch eine klare Zukunftsvision existieren, die auf einem fortschrittlichen, offenen Mindset fußt.

Lesen Sie mehr auf: www.station-frankfurt.de





Dr. Christine Bortenlänger,
Geschäftsführender
Vorstand, Deutsches
Aktieninstitut



Frau Dr. Bortenlänger, welche Rolle spielen Fintechs für die Aktienkultur in Deutschland – besonders in Bezug auf die Digital Natives?

Fintechs treffen bei vielen, vor allem jungen Menschen, einen Nerv. Geldanlage wird wieder sexy: Der alte Sparstrumpf weicht der App mit simplem Design und hoher Funktionalität. Aktiensparpläne lassen sich so in wenigen Schritten einrichten. Aktien und Börse werden erlebbar und die Berührungsängste der jungen Generation sinken. Fintechs holen Menschen ab: einfach, persönlich und digital. Die Aktienkultur in Deutschland kann davon nur profitieren.



Dunja Koelwel,
freiberufliche
Journalistin, Head
of Content für die
Konferenzen der
Ebner Media Group

Frau Koelwel, warum wird es für Mittelständler immer wichtiger, zielgruppenspezifische Angebote zu offerieren, statt Produkte von der Stange?

Mal andersherum gefragt: Warum sollte die Silver Ager dasselbe Produkt und dieselbe Dienstleistung interessieren wie die Mitte 20-jährigen Berufseinsteiger? Bedürfnisse, Lebensumstände, finanzielle Möglichkeiten, um nur einige Kriterien zu nennen, sind nun mal sehr unterschiedlich, und das möglicherweise passendere Angebot der Konkurrenz nur den buchstäblichen Mausklick entfernt. Für Händler, die dies verinnerlicht haben, führt es automatisch zu zielgruppenunterschiedlichen Angeboten, die sich dank der heutigen technologischen Mittel auch für Mittelständler erschwinglich ausspielen lassen.

Lesen Sie mehr auf: www.ebnermedia.de



Sarah Speicher-Utsch,
Chefredakteurin,
EURO FINANCE
magazin



Frau Speicher-Utsch, wo steht Deutschland beim Thema Mittelstandsfinanzierung?

Von der Bankenseite aus betrachtet: Die Institute buhlen förmlich um mittelständische Kunden. Der Wettbewerb um Firmenkunden ist hierzulande sehr hoch. Aber begehrt sind natürlich die größeren und gut aufgestellten Mittelständler, die wirtschaftlich erfolgreich sind und gezeigt haben, dass sie auch schwierige Jahre meistern können. Für die Small Caps und vor allem für diejenigen, die neue Projekte wagen, ohne viel Erfahrung zu haben, die kaum über Eigenkapital verfügen, trotzdem aber über gute Ideen und eine hohe Expertise, ist es nach wie vor schwer, an neue Mittel zu kommen.

Lesen Sie mehr auf: www.euro-finance-magazin.com



Ihre Antwort an

creditshelf Aktiengesellschaft
Firmenkundenbetreuung
Mainzer Landstraße 33a
60329 Frankfurt am Main

per Fax an +49 69 348 772 409

per Scan & E-Mail an
kredit@creditshelf.com

JA, ICH MÖCHTE MEHR ÜBER DIE NEUEN WEGE DER FINANZIERUNGSGESTALTUNG ERFAHREN!

- Kontaktieren Sie mich bitte telefonisch für weitere Informationen –
gerne am _____ um _____.
- Senden Sie mir weiteres Informationsmaterial und die Studie
„Finanzierungsmonitor 2019“ per E-Mail zu.
- Nennen Sie mir unverbindlich eine erste Indikation für eine
creditshelf-Finanzierung
Betrag _____ €
Laufzeit _____ Monate.

Ihre Adresse

Firma _____
Name _____
Straße, Hausnr. _____
PLZ, Ort _____
E-Mail _____@_____
Telefon _____

- Bitte informieren Sie mich auch künftig per E-Mail über aktuelle Veranstaltungen
Ihres Hauses, Publikationen und Details zu Ihrem Leistungsspektrum.

Frankfurt am Main,
01.12.2019



Dr. Daniel Bartsch
Gründungspartner und Vorstand
+49 69 348 772 407
kredit@creditshelf.com
creditshelf.com

Vorstand:
Dr. Tim Thabe (Vorsitzender)
Dr. Daniel Bartsch
Dr. Mark Währisch

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Rolf Elgeti

Eingetragen am Amtsgericht
Frankfurt a. M. - HRB 112087
Ust.-ID: DE298667279

**DIREKTER
DRAHT** FÜR IHR ANLIEGEN

Start! It's your credit.

Telefon: +49 69 348 772 407

E-Mail: kredit@creditshelf.com