

Mehr Transparenz in der Finanzwelt

Die Digitalisierung verändert das Geschäft der traditionellen Finanzdienstleister. Wie Mittelständler auf der Suche nach der passenden Finanzierungslösung davon profitieren können, erklärt Nico Peters, Geschäftsführer der Compeon GmbH.

FINTECHS BIETEN SCHNELLE PROZESSE

Eine Folge der Digitalisierung im Finanzwesen ist das Unbundling und die damit einhergehende stärkere Spezialisierung des Angebots. In allen klassischen Bankbereichen – Kreditgeschäft, Liquiditätsbeschaffung, Zahlungsverkehr und Geldanlage – gibt es mittlerweile Fintech-Lösungen, die schnelle Prozesse bieten und die Bedürfnisse der Kunden häufig besser treffen als die Angebote von Universalbanken. Für Mittelständler ist das grundsätzlich eine gute Nachricht. Das Unbundling erhöht partiell allerdings auch ihren Such- beziehungsweise Steuerungsaufwand. Dennoch sind klassische Banken nicht so weit, sich den Angeboten Dritter voll zu öffnen. Entscheidend ist für Unternehmen daher, neue Pathfinder zu nutzen, die den Bedarf des Unternehmens verstehen und individuell optimale Lösungen finden. Diese Pathfinder können Algorithmen sein, die in den Prozessen digitaler Marktplätze verankert sind, oder auch unabhängige Bank- und Unternehmensberater.

ONLINE-MARKTPLÄTZE VERSCHAFFEN ÜBERBLICK

Für keine Kundengruppe ist die Transparenz über Anbieterbedingungen und Bankkonditionen so gering wie für mittelständische Unternehmen. Angebote mehrerer Dutzend Banken hinsichtlich Zins, Laufzeit, Sicherheiten und weiterer Bedingungen zu prüfen ist für Unternehmen zeitaufwendig und komplex. Neue digitale Marktplätze übernehmen diese Funktion, indem sie Unternehmen auf Nachfrageseite und Kreditinstitute oder Spezialanbieter wie Leasing- und Factoring-Gesellschaften strukturiert über einen gesicherten Online-Kanal zusammenbringen. Sie arbeiten unabhängig und können die Finanzierungsbedingungen zahlreicher Anbieter umfassend vergleichen. So können Unternehmen ihre Projekte ausschreiben, erhalten kostenlos Angebote unterschiedlicher Finanzierungspartner und finden so die für sie beste Finanzierungslösung.

PEER-TO-PEER-ANGEBOTE ERWEITERN FINANZIERUNGSMIX

Die Hausbank ist für die meisten Mittelständler der wichtigste Anker bei der Unternehmensfinanzierung. Angesichts erhöhter Eigenkapitalanforderungen im Zuge von Basel III haben viele Banken ihre Voraussetzungen für die Kreditvergabe jedoch verschärft. In schwierigen Situationen kann es für Unternehmen daher attraktiv sein, teure, aber deutlich flexiblere Peer-to-Peer-Angebote zu nutzen. Der Online-Kreditanbieter Iwoca etwa bietet Unternehmen eine Working-Capital-Finanzierung von bis zu 50 000 Euro. Plattformen wie Fundingcircle oder Lendico bringen Unternehmen direkt mit privaten und institutionellen Anlegern zusammen. Sie vermitteln vornehmlich kurz- oder mittelfristige Betriebsmittelfinanzierungen. Wobei die Volumina die Grenze von 250 000 Euro nicht überschreiten. Eine Alternative zur vertrauensvollen und stabilen Geschäftsbeziehung mit einer Bank stellen diese Plattformen auch deshalb noch nicht dar. Sie können den Finanzierungsmix und damit auch die Unabhängigkeit des Unternehmens aber verbessern.

DIGITALE PROZESSE ERLEICHTERN SUPPLY CHAIN FINANCE

Supply Chain Finance (SCF) fokussiert auf die Optimierung der Finanzierung entlang der Lieferkette. Hier ist zu entscheiden, wer in der Lieferkette was auf welchem Wege finanziert. Dabei gibt es viele Situationen, in denen alternative Finanzierungen wie Factoring, Warenfinanzierung oder Finetrading der klassischen Kreditfinanzierung klar überlegen sind. Die Digitalisierung hilft, die Zahlungsflüsse zu optimieren und den Einsatz der Instrumente im SCF aufeinander abzustimmen. Der amerikanische Online-Anbieter C2FO etwa unterstützt Käufer und Lieferanten im B2B-Geschäft bei der Bestimmung von Zahlungszeitpunkten und Preisnachlässen auf Rechnungen. Das deutsche Start-up Entrafin bietet Mittelständlern eine digitale Wareneinkaufsfinanzierung. Derweil entwickelte Invoice-Auction sogar ein neues SCF-Instrument: Auf einer Auktionsplattform können Unternehmen die sofortige Zahlung genehmigter, aber noch nicht fälliger Rechnungen ihrer Lieferanten versteigern und so ihr Skontogeschäft skalieren.

ABSATZFINANZIERUNG IM INTERNET FÖRDERT DEN VERKAUF

Auch die Kunden-Lieferanten-Beziehungen werden immer häufiger digital. Längst ist es üblich, selbst große Maschinen oder ganze Fuhrparks über das Internet zu bestellen. Um sich von seinen Wettbewerbern abzuheben, die Kaufbereitschaft der Kunden und auch die Kundenbindung zu erhöhen, bieten einige Unternehmen nicht nur ihr Produkt, sondern auch die dazu passende Finanzierung an. Denn Kunden erwarten einen Service ohne Medienbrüche. Fintechs wie Figo schaffen die dazu notwendigen technischen Voraussetzungen: Sie entwickeln sogenannte Application Programming Interfaces, kurz APIs. Mit Hilfe dieser digitalen Schnittstellen können Finanzierungsanbieter am Point of Sale direkt erste Bonitätseinschätzungen vornehmen. Die Entwicklung von APIs wird aus anderen Gründen aktuell auch vom Gesetzgeber vorangetrieben: So verpflichtet die EU kontoführende Institute künftig, eine kostenfreie Schnittstelle auf die eigenen Systeme zur Verfügung zu stellen. Darüber können Drittanbieter dann auf Kontoinformationen zugreifen und Zahlungen initiieren.