

Raus aus der Nische?

In immer mehr Segmenten der Unternehmensfinanzierung versuchen digitale Plattformen Fuß zu fassen. Für einige Anbieter ist die Coronakrise ein Wegbereiter, andere bremst die Pandemie aber gewaltig aus. Ein Marktüberblick. **Text: Desirée Buchholz**

- **Es war eine** Erfahrung, auf die viele Finanzchefs wohl gern verzichtet hätten: Im vergangenen Herbst koppelte der Kreditversicherer Euler Hermes die Limite für zahlreiche Unternehmen mit "schwachen Bonitäten" an das Bestehen eines staatlichen Schutzschirms für Warenkreditversicherungen (WKV). Es war eine potentiell existenzbedrohende Entscheidung für Abnehmer und eine mehr als ärgerliche Situation für Lieferanten. Letztlich kam es zwar nicht so schlimm wie befürchtet, weil der Schutzschirm zwischenzeitlich verlängert wurde. Doch viele Finanzchefs nehmen Euler Hermes die Entscheidung, die eigene Profitabilität über das Kundenwohl zu stellen, bis heute übel.

Der Ärger über den Marktführer könnte Fintechs in die Karten spielen. Im Juli gab etwa das Hamburger Start-up Walbing bekannt, man wolle gemeinsam mit dem Versicherungsmakler Aon einen digitalen Marktplatz für Warenkreditversicherungen aufbauen. Über die Plattform von Walbing können Unternehmen heute bereits Forderungen verkaufen. Künftig sollen Finanzverantwortliche dort auch WKV-Policen abschließen können, die anschließend digital unter verschiedenen Anbietern syndiziert werden. Das Kalkül: Unternehmen erhalten Zugang zu mehr Versicherern, um Risiken in der Lieferkette abzusichern. Die Nutzer werden unabhängiger von den einzelnen Anbietern.

Während Walbing mit seinen Plänen noch ganz am Anfang steht, ist Crebita schon weiter: Über die Plattform des Kölner Fintechs können Unternehmen seit zwei Jahren online Kreditversicherungsverträge abschließen. Zielgruppe sind vor allem kleine Unternehmen, denen Versicherer bisher aus Kostengründen kein Angebot unterbreiten konnten. "Wir digitalisieren den Kreditversicherungsprozess und ermöglichen es so, Einzelrisiken auch in kleinen Volumina kostendeckend abzusichern", erklärt Co-Gründer Karsten Bahns. Möglich ist das, weil Crebita den Prüfprozess mit Hilfe eines Algorithmus automatisiert, der Antworten zum Zahlungsverhalten des Kunden sowie Informationen von Datenanbietern auswertet. Die Crebita-Gründer gehen davon aus, dass die Erfahrung Corona ihr Geschäft befeuert. "Die Krise hat Mittelständlern ein weiteres Mal vor Augen geführt, wie wichtig es ist, sich gegen Zahlungsausfälle abzusichern", glaubt Bahns.

Die beiden Beispiele zeigen, dass derlei Modelle nach und nach immer mehr Bereiche erobern, die wichtig sind für Finanzchefs. In den vergangenen Jahren kamen bereits digitale Marktplätze für Kredite, Schuldscheine, Trade Finance und Supply Chain Finance oder Factoring auf. Zum Teil geht es "nur" darum, den Verhandlungs- und Strukturierungsprozess zu digitalisieren und Risikoprüfungen durch Datenanalysen zu automatisieren. Andere Fintechs werben mit einer größeren Auswahl an Finanzierungspartnern und Preistransparenz.

Die große Frage ist nun, in welchen Märkten sich Plattformen mit welchen Ansätzen durchsetzen können, denn der Corona-Effekt für die neuartigen Anbieter ist durchaus ambivalent - mal befeuert er sie, mal versetzt er ihnen einen Dämpfer.

Rückenwind für Kreditplattformen?

Die ersten Plattformen haben bereits ihren zehnten Geburtstag hinter sich. 2016 und 2017 brach ein regelrechter Hype um Online-Kreditplattformen in Deutschland aus, die vom klassischen Betriebsmittelkredit über Investitionsfinanzierungen bis hin zu Nachrangdarlehen alles offerieren.

Doch die Anbieter tun sich schwer, die digitale Kreditfinanzierung ist nach wie vor ein Nischenprodukt. So hat die KfW in einer gerade erschienenen Studie vorgerechnet, dass der Marktanteil von Online-Kreditplattformen am gesamten mittelständischen Kreditvolumen 2019 bei gerade einmal 2,1 Prozent lag. Vor Corona sah es nicht danach aus, als würde sich das kurzfristig ändern: Im Frühjahr 2020 planten gerade einmal 2 Prozent der von der KfW befragten kleinen und mittelständischen Unternehmen, "sicher" in den Jahren 2020 und 2021 eine Kreditfinanzierung über eine digitale Plattform abzuwickeln. Lediglich 9 Prozent zogen dies damals zumindest in Erwägung - ernüchternde Zahlen für Fintechs wie CreditshelF, Invesdor oder Crosslend.

Sorgt die Coronakrise nun für den Durchbruch der Kreditplattformen? Die Experten der KfW halten das für möglich. Sie verweisen darauf, dass viele Banken pandemiebedingt noch mehr Filialen schließen - und damit das größte Asset im Wettbewerb um kleine und mittelständische Kunden verlieren: die direkte Erreichbarkeit des Bankberaters.

Hinzu kommt, dass Geldhäuser nun stärker gewillt sein könnten, mit Fintechs zu kooperieren, um ihre Kosten zu senken. "Die Cost to Serve für die Banken ist im Mittelstandsgeschäft vergleichsweise hoch, gleichzeitig nimmt die Willingness to pay der Unternehmen laufend ab", sagt Markus Habel, Banking-Spezialist bei der Unternehmensberatung Bain. "Durch die Digitalisierung ändern sich die Kostenstrukturen radikal." Für ihn ist deshalb die Kombination aus Technik der Startups und Kundenzugang der Banken das Erfolgsmodell. Ein Beispiel dafür ist etwa die ING, die 2018 das Fintech Lendico übernahm, um die Kreditvergabe zu digitalisieren und zu beschleunigen.

Schwierigkeiten der Schwarmfinanziers

Plattformen, die es auf eigene Faust versuchen, haben es in Corona-Zeiten besonders schwer. Für Schwarmfinanziers, die auf institutionelle Investoren oder Privatpersonen als Kreditgeber setzen, wirkte die Pandemie wie ein Bremsklotz. Speziell in der ersten Phase der Krise streikten die Investoren, weshalb die Plattformen in dieser Zeit nicht lieferfähig waren. Die Folge: Im vergangenen Jahr gab mit Funding Circle sogar der bis dato größte Anbieter für Peer-to-Peer-Lending im deutschen KMU-Segment auf. CreditshelF legte hingegen einen eigenen Kreditfonds auf, um die Nachfrage zu stillen.

Nun soll es die Konsolidierung richten: Im Juli schlossen sich die Crowd-Finanzierungsplattformen Kapilendo, Invesdor und Finnes zusammen. Gemeinsam haben die drei Plattformen bislang eigenen Angaben zufolge über 300 Millionen Euro vermittelt. Doch selbst das ist nur ein winziger Bruchteil des Milliardenmarktes Mittelstandsfinanzierung. Ohne Banken oder feste Investoren im Hintergrund gelingt den Plattformen der Durchbruch offenbar nur schwer. Ähnliches gilt im Übrigen auch für Fintechs im Bereich der Warenkreditversicherung: Hinter Crebita steht die genossenschaftliche R+V als Risikoträger.

Besser positioniert als Schwarmfinanziers sind Plattformanbieter, die eng mit Banken zusammenarbeiten, ohne sich an ein einziges Haus zu binden. Das Fintech Finmatch etwa bereitet digital eingehende Finanzierungsanfragen auf und vermittelt sie an ausgewählte Partnerbanken. Dafür müssen die Stuttgarter in der Bankenwelt teilweise digitale Pionierarbeit leisten. "Die Banken arbeiten noch daran, Kernbankensysteme API-fähig zu machen", berichtet Thomas Schüttler, Chief Digital Officer bei der Kreditplattform. Man müsse die Systeme erst gemeinsam aufrüsten, damit digital

vorhandene Daten wie etwa die E-Bilanz zügig und unkompliziert an die Bank übermittelt werden können. Er glaubt: "Der Proof of Concept ist gelungen, digitale Finanzierung ist möglich. Jetzt geht es darum, das Konzept in der Breite zu etablieren", sagt der Finmatch-Digitalvorstand. "Die Zeit ist auch im Firmenkundengeschäft reif", glaubt er, räumt aber auch ein: "Wir stehen am Beginn einer Reise."

Schuldschein etabliert, aber...

Längst nicht mehr am Anfang stehen digitale Plattformen für Schuldscheine. Für das alteingesessene, typisch deutsche Finanzierungsinstrument sind die ersten digitalen Marktplätze zwar erst 2018 entstanden, der Ansatz hat sich aber rasend schnell etabliert. Von Daimler über Lufthansa bis hin zu Rheinmetall haben bereits zahlreiche namhafte Konzerne Papiere über diese Plattformen begeben. Teilweise erfolgte dies in Eigenregie, um zusätzliche Kosten zu sparen.

Offizielle Zahlen zum Marktanteil der Digitalplattformen gibt es nicht, allerdings hat allein der Anbieter VC Trade eigenen Angaben zufolge im vergangenen Jahr Schuldscheine im Wert von 5,8 Milliarden Euro über seine Plattform vermittelt. Zum Vergleich: Der Gesamtmarkt hatte 2020 ein Volumen von etwa 19,5 Milliarden Euro. Auch bei Schuldscheinen gilt: Wer mit Banken kooperiert, hat höhere Erfolgchancen als die Fintechs, die auf maximalen Wettbewerb setzen.

Derzeit leiden jedoch alle Anbieter darunter, dass der erfolgsverwöhnte Schuldscheinmarkt seit Ausbruch der Pandemie am Boden liegt (siehe Artikel auf Seite 34). Das hohe Preisniveau setzt dem Instrument zu, andere Finanzierungsarten erscheinen Firmen und Investoren derzeit attraktiver.

Lieferantenfinanzierung im Fokus

Plattformen für alternative Working-Capital-Finanzierungen haben dagegen Rückenwind bekommen. Viele Finanzchefs haben zuletzt mit Hilfe von Forderungsverkäufen oder Lieferantenfinanzierungen frische Liquidität beschafft. Bei Letzterem nehmen Fintechs eine immer wichtigere Rolle ein: In einer Umfrage der FINANCE-Schwesterpublikation DerTreasurer gaben im Herbst 2020 42 Prozent der befragten 125 Finanzverantwortlichen an, sie würden eine Plattformlösung für Supply Chain Finance bevorzugen. 34 Prozent wünschten sich eine Kombination aus Bank und Plattform, lediglich 14 Prozent setzten rein auf Banken.

Beim Factoring spielen Plattformmodelle, die Zugang zu diversen Finanzierungspartnern ermöglichen, dagegen noch kaum eine Rolle. Es gibt zwar Ausnahmen: So hat der Bremshersteller Knorr-Bremse vor einigen Monaten erstmals Forderungen im Auktionsverfahren über den Marktplatz des Fintechs CRX Markets gehandelt. Doch in der Breite ist dieser Trend noch nicht angekommen.

Insgesamt steht die Digitalisierung der Unternehmensfinanzierung also weiter am Anfang. Auch wenn langfristig viel für die digitalen Ansätze spricht, ist das Zwischenfazit nach dem Corona-Schock ambivalent. Für Markus Hamprecht, Bankenexperte bei der IT-Beratung Accenture, steht aber fest, dass Plattformen auch im Firmenkundengeschäft die Zukunft sein werden. "Dabei geht es weniger darum, einzelne Finanzierungsprodukte und Konditionen zu optimieren", glaubt er. Entscheidend sei vielmehr, Finanzierungen in das operative Geschäft zu integrieren und damit einen Zusatznutzen zu schaffen. Als Beispiel nennt Hamprecht die Bemühungen, Plattformen für Trade Finance aufzubauen, an die auch Logistiker und Zollbehörden angeschlossen sind: "Die Vollintegration ist der Schlüssel zum Erfolg." Das wissen aber nicht nur die Banken, sondern auch die Fintechs.