

# Banken ködern trickreich

**Kredite** Geldhäuser buhlen um den Mittelstand. Die Unternehmer können das nutzen und sich jetzt langfristig gute Konditionen sichern.

VON SARAH SOMMER. Eigentlich müssten die Banker es besser wissen. Seit Jahr und Tag lässt Bert Bleicher ihre Avancen abblitzen. Allein, selbst unverblümete Absagen helfen nicht. Die Banken geben nicht auf und buhlen weiter um die Gunst des Unternehmers. Die mittelständische Unternehmensgruppe Hoffmann aus München, die Bleicher als geschäftsführender Gesellschafter leitet, passt einfach zu gut ins aktuelle Beuteschema der Kreditinstitute. Seit Jahren auf Wachstumskurs, international aufgestellt, zukunftsfähiges Geschäftsmodell, Topbonität. Eine Kombination, die Banker-Hezen höherschlagen lässt. „Täglich bekomme ich mindestens zwei bis drei Anfragen von Vermögensberatern, Privatbanken, Landesbanken“, berichtet Bleicher: „Zurzeit ist es wirklich extrem, die Banken kreisen wie die Geier und warten auf eine Chance, mit uns Geschäfte zu machen.“

Von solchen Belagerungszuständen berichten viele mittelständische Unternehmer. Nahezu alle deutschen Banken schwören ihre Unternehmenskundenteams derzeit auf eine Mittelstandsoffensive ein. Deutsche-Bank-Chef Jürgen Fitschen zeigt sich öffentlich reumütig, weil die Großbank jahrelang kleine und mittelgroße Unternehmen zugunsten margenträchtigerer Geschäftszweige wie des Investmentbankings vernachlässigte – und kündigt einen „Kulturwandel“ an. Die Commerzbank will sich ebenfalls als Mittelstandsbank neu positionieren und hat neben deutschen Unternehmern gleich auch schweizerische und polnische Mittelständler ins Visier genommen. Den Landesbanken ist der Spaß am Auslandsgeschäft vergangen, sie drängen aber ins Geschäft mit deutschen „Hidden Champions“ – und

versuchen teils weit über die Landesgrenzen ihrer Heimatregionen hinaus neue Kunden zu akquirieren. Die HypoVereinsbank will mit einem Online-Portal punkten, über das sich Unternehmer via Videoschleife beraten lassen können. Sparkassen und Volksbanken nutzen unterdessen im Wettstreit um die Mittelstandsmandate den Vorsprung, den ihnen ihr Image als bodenständige Finanziers

Ihrer Hausbank bleiben  
Mittelständler meist treu.

Einen Spezialisten etwa  
für Fernost engagieren aber  
auch sie gern.

seit der Finanzkrise verschafft: Wir haben's schon immer gewusst, lautet ihre Botschaft.

Gemeinsam ist allen die Hoffnung auf solide Erträge und das Wachstumspotential des Mittelstandsgeschäfts. Schließlich ist der klassische Bankkredit nach wie vor das wichtigste Fremdfinanzierungsinstrument für mittelständische Unternehmer. Das aktuelle KfW-Mittelstandspanel zeigt: Alternative Kapitalquellen wie Anleihen, Mezzanine- und Beteiligungskapital oder gar ein Börsengang haben sich im Mittelstand bis heute nicht durchsetzen können. Die Hausbank und der Kredit sind für Mit-

telständler nach wie vor Dreh- und Angelpunkt ihrer Finanzstrategie.

Und dennoch: Die Mittelstandsjäger der Banken können bisher kaum Erfolge vermelden. Ganz im Gegenteil. Der aktuelle Kreditmarktausblick der KfW zeigt: Das Kreditneugeschäft mit Unternehmen und Selbständigen schrumpft bundesweit immer weiter. Im Schlussquartal 2012 schlossen Banken 2,3 Prozent weniger neue Kreditverträge als im Vorjahr. Im ersten Quartal 2013 schrumpfte das Kreditneugeschäft gar um sechs Prozent. Eine Erholung sei auch im laufenden Quartal nicht in Sicht, sagt KfW-Chefvolkswirt Jörg Zeuner: „Die Kreditnachfrage ist nach wie vor sehr niedrig.“ Angesichts der wackligen konjunkturellen Lage würden sich die Unternehmer mit Investitionen zurückhalten, ändern werde sich das frühestens im zweiten Halbjahr. „Und wer doch investiert, deckt den Finanzierungsbedarf lieber durch Eigenkapital als durch einen Kredit“, sagt Zeuner. Die nötigen Reserven haben viele Mittelständler – ihre Eigenkapitalausstattung ist besser denn je, zeigt eine aktuelle Umfrage der Wirtschaftsankunft Creditreform.

Unternehmer Bleicher hat das Wachstum der vergangenen Jahre ausschließlich aus Eigenmitteln des Unternehmens gestemmt und stets betont, dass er über das Tagesgeschäft mit seiner Hausbank hinaus keinerlei Interesse an Bankgeschäften hat. „Für uns ist Unabhängigkeit der höchste Wert, wir wollen keine Fremdkapitalgeber, die uns ins Geschäft hineinreden“, erläutert er: „Unser Unternehmen ist mit dieser konsequenten Entscheidung für die Eigenfinanzierung sicherlich ein Extremfall.“

Fortsetzung auf Seite V3

# Balz der Banken

Fortsetzung der Titelgeschichte von Seite V1

„Aber alle Unternehmer, die ich kenne, gehen sehr vorsichtig mit neuen Bankpartnern um.“ Die plötzliche Mittelstandsoffensive der Banken mit teils als aggressiv empfundenen Anwerbeversuchen schüre dieses Misstrauen eher, als es zu zerstreuen.

Volkhard Emmrich, Partner der bayerischen Mittelstandsberatung Wieselhuber & Partner, rät: „Unternehmer sollten sich genau überlegen, ob sie einen neuen Bankpartner mit an Bord nehmen.“ Da das insgesamt niedrige Zinsniveau einen Wettbewerb über die Zinskonditionen nahezu unmöglich mache, setzten die Banken auf andere Strategien. „Entweder sie sagen dem Unternehmer: Hier hast du zwei Millionen Euro Kontokorrent extra, ohne Bedingungen, Sicherheiten und so weiter“, erläutert Emmrich. „Oder sie sagen: Wir bieten dir ein komplettes Finanzierungspaket für deine Bedürfnisse, das können wir besser als deine jetzige Hausbank.“

Unternehmer sollten solche Angebote genau unter die Lupe nehmen, mahnt Emmrich. Wenn es dem Unternehmen einmal weniger gut gehe, etwa weil noch einmal eine Konjunkturdelle drohe, würden neue Finanziers nämlich schnell nervös. „Die Erfahrung zeigt: Wer zuletzt reingeht, geht zuerst wieder raus. Das ist auch nur logisch“, sagt der Berater. Denn neue Bankpartner kennen das Unternehmen nicht so gut, haben in der Regel die schlechtesten Sicherheiten – und dementsprechend am meisten zu verlieren. „Wackelt aber ein Bankpartner, werden auch alle anderen nervös. Das kann für den Unternehmer dann ein echtes Problem werden“, sagt Emmrich.

Die Treue der Mittelständler zu ihren etablierten Bankpartnern sei daher durchaus rational und berechtigt. „Sie können aber den aktuellen Konkurrenzdruck im Markt nutzen, um mit ihren Bankpartnern günstigere Konditionen auszuhandeln und zum Beispiel kurzfristige Finanzierungen in mittel- oder langfristige umzuwandeln“, sagt Emmrich. Denn mit Basel III werden den Banken höhere Eigenkapitalanforderungen für langfristige Finanzierungen auferlegt. Und viele Geldhäuser vergäben deshalb nur noch ungern lang laufende Kredite, sagt Emmrich: „In fünf Jahren bekommt kaum ein Unternehmer mehr einen bezahlbaren Kredit mit siebenjähriger Laufzeit.“

KfW-Chefvolkswirt Zeuner bestätigt den Trend: „Wenn die Kreditnachfrage im zweiten Halbjahr wieder anzieht, werden die Unternehmer ohne Probleme kurzfristige Kredite bekommen. Bei langfristigen Finanzierungen ziehen sich die Banken aber teilweise jetzt schon zurück.“ Das mache sich zum Beispiel bereits bei Projektfinan-

zierungen bemerkbar. Größere Mittelständler könnten auf alternative Finanzierungsinstrumente wie Mittelstandsanleihen ausweichen. „Für kleinere Unternehmen, und das sind 90 Prozent der deutschen Betriebe, sind kapitalmarktnahe Finanzinstrumente aber in der Regel zu teuer“, sagt Chefvolkswirt Zeuner: „Sie werden weiter auf Kredite angewiesen bleiben.“

Es kann also durchaus sinnvoll sein, den Wettbewerbsdruck jetzt zu nutzen und die Finanzierung möglichst langfristig zu sichern. „Man kann mit Hinweis auf die aktiven Wettbewerber durchaus auch eine Hausbank, die sich bisher auf der langjährigen Zusammenarbeit ausgeruht hat, wieder flexibler machen“, sagt Christian Niederle, Partner der Finanzierungsberatung Network Corporate Finance (NCF) in Düsseldorf.

Auch Unternehmen, bei denen neue Finanzierungsthemen wie eine Auslandsfinanzierung auf der Agenda stehen, könnten die Marktsituation für ihre Zwecke nutzen. „Viele Unternehmer schauen sich zum Beispiel jetzt strategisch auf neuen Märkten wie China, Südamerika oder Afrika um“, berichtet Niederle: „Für sie kann es sinnvoll sein, sich jetzt eine im Auslandsgeschäft oder mit den nötigen Spezialthemen erfahrene Bank ins Boot zu holen.“ Denn da fehle es den Hausbanken oft an der nötigen Expertise: „Das lokale Kreditinstitut hat eben naturgemäß nicht oft mit Renminbi-Geschäften zu tun. Da kann

ein neuer Partner fürs Auslandsgeschäft schon ein Gewinn sein.“ Deswegen müsse man die international aufgestellte Großbank ja nicht gleich zur Hausbank machen und bewährte Partner ersetzen, sagt Niederle: „Die Unternehmer können da schon selbstbewusst auf die Banken zugehen und vergleichen, was sie zu bieten haben.“