



THINKTANKsurvey
FIRMENKUNDENBETREUER

DEZEMBER 2020

SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

Ausgabe 5, Herbst/Winter 2020

MITHERAUSGEBER




GCA ALTIUM

traxpay



INHALT

BANKER UND BANK.....	3
MARKT	6
SCHWERPUNKTTHEMA KRISE.....	9
SCHWERPUNKTTHEMA PRODUKTPALETTE	13
KOMMENTAR	16



SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

HERBST/WINTER 2020

Das Virus hat immer noch alles und jeden im Griff. Aber der neue Arbeitsmodus in der Pandemie ist längst gefunden, der Silberstreif am Horizont sichtbar und die totale Verunsicherung einer differenzierten Betrachtung mit einigen Unbekannten gewichen. Als Seismograph ist die Sales-Mannschaft unverzichtbar: Keiner hat das Ohr so nah am Markt und ist so eng mit den Produkt- und Risikobereichen der Banken verzahnt. Darum sind die Firmenkundenbetreuer ein Pulsmesser für das Corporate Banking – und für uns eine wichtige Zielgruppe. Und darum fragen wir sie halbjährlich nach ihrem Befinden, ihrer Marktbeobachtung und ihrer Meinung.

Unsere Umfrage fand im Schwerpunkt zu Beginn der zweiten Welle der Pandemie statt – die Antworten trafen von Ende September bis Anfang November ein. Erste Impfungen im Dezember waren für die meisten noch nicht absehbar, ein sich normalisierendes 2021 aber schon.

BANKER UND BANK

Alle Firmenkundenbetreuer können in zahlreichen Anekdoten davon berichten, wie die Pandemie ihr Arbeitsleben auf den Kopf gestellt hat. Nicht jeder vermisst die zahllosen Stunden auf der Straße, aber jeder die persönlichen Treffen mit den Kunden. Die Effizienz ist durch den Zwang zum Schreibtisch aber gewaltig gestiegen – und viele haben mit Wohlwollen betrachtet, wie sich das eigene Haus plötzlich rasch in Themen bewegte, die jahrelang nicht angepackt worden waren. Dem gegenüber standen viel Arbeit und Unsicherheit.



Bastian Frien
Gründer und Geschäftsführer
FINANCE Think Tank

✉ bastian.frien@finance-thinktank.de

HELLGRÜN MUSS REICHEN UND DIE SPIELWIESE WIRD LEERER

In Summe bleibt: nichts. Auf die persönlichen Befindlichkeiten der Firmenkundenbetreuer hat die Pandemie erstaunlich wenig Auswirkungen. Home Office hin, viel Arbeit mit Fördermitteln her – Arbeitszufriedenheit und Wechselwilligkeit verändern sich praktisch nicht. Vielleicht ist der Firmenkundenbetreuer ein Stoiker – eher wahrscheinlich ist, dass sich hier ein paar Faktoren aufwiegen.

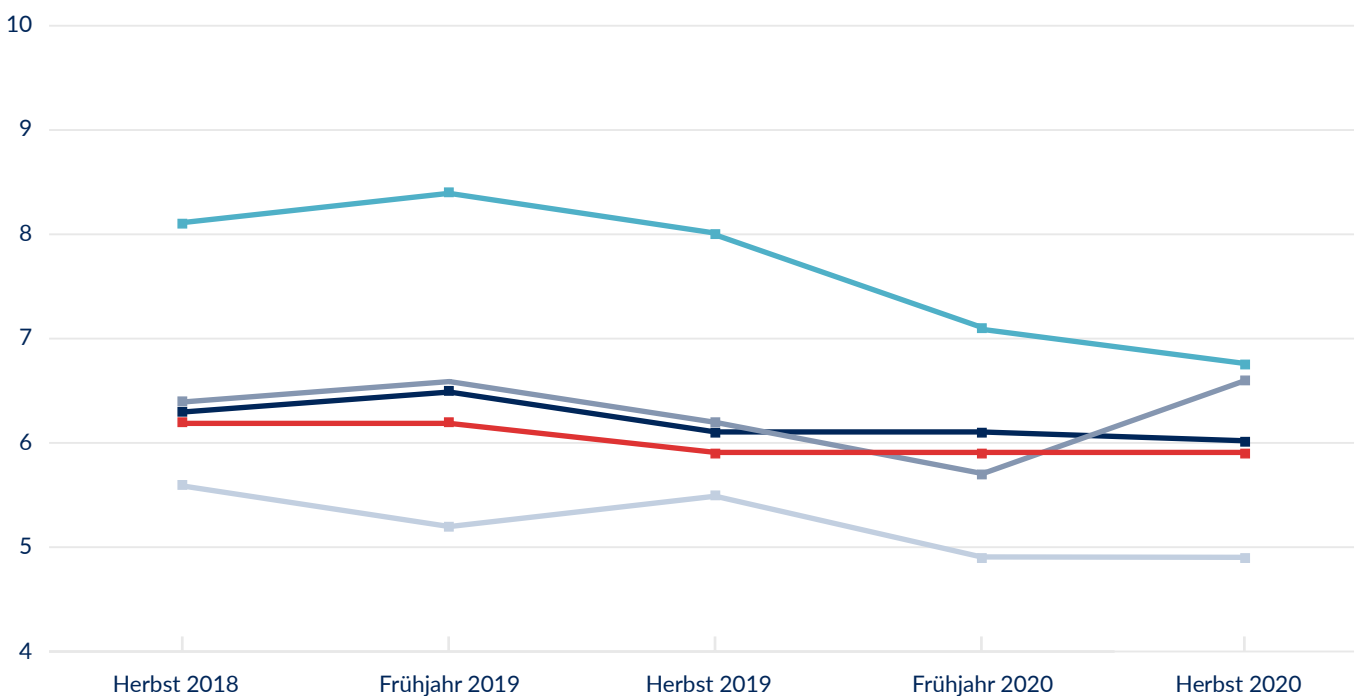
Dass das Gras auf der anderen Seite des Zaunes aus der Nähe betrachtet auch nicht grüner ist, wissen die meisten – zum Teil aus Erfahrung. Sichere Jobs in anderen Banken sind rar, warum ohne Not das Risiko einer Probezeit und neuer Strukturen eingehen? Zumal ein Sorgenpunkt sich erledigt zu haben scheint: Im Frühjahr bangten viele um ihre Boni, mittlerweile ist die Zuversicht rasant gestiegen, die persönlichen Ziele doch zu erreichen, weil viele Kunden doch nicht so stark von der Krise betroffen sind wie noch im Frühjahr befürchtet.

Die vielleicht spannendste Erkenntnis ist die Beobachtung, dass der Wettbewerb sich lichtet. Damit schreibt sich ein Trend fort, der seit dem Herbst 2019 im Gange ist. Aus einer brutalen Wettbewerbsintensität mit 8,4 von 10 möglichen Punkten ist mit 6,7 Punkten ein durchaus erträglicher Markt geworden.

Der Wettbewerb nimmt immer weiter ab!

Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

● Arbeitszufriedenheit ● Wechselwilligkeit ● Erreichen persönlicher Ziele ● Wettbewerbsintensität ● Wettbewerbsposition

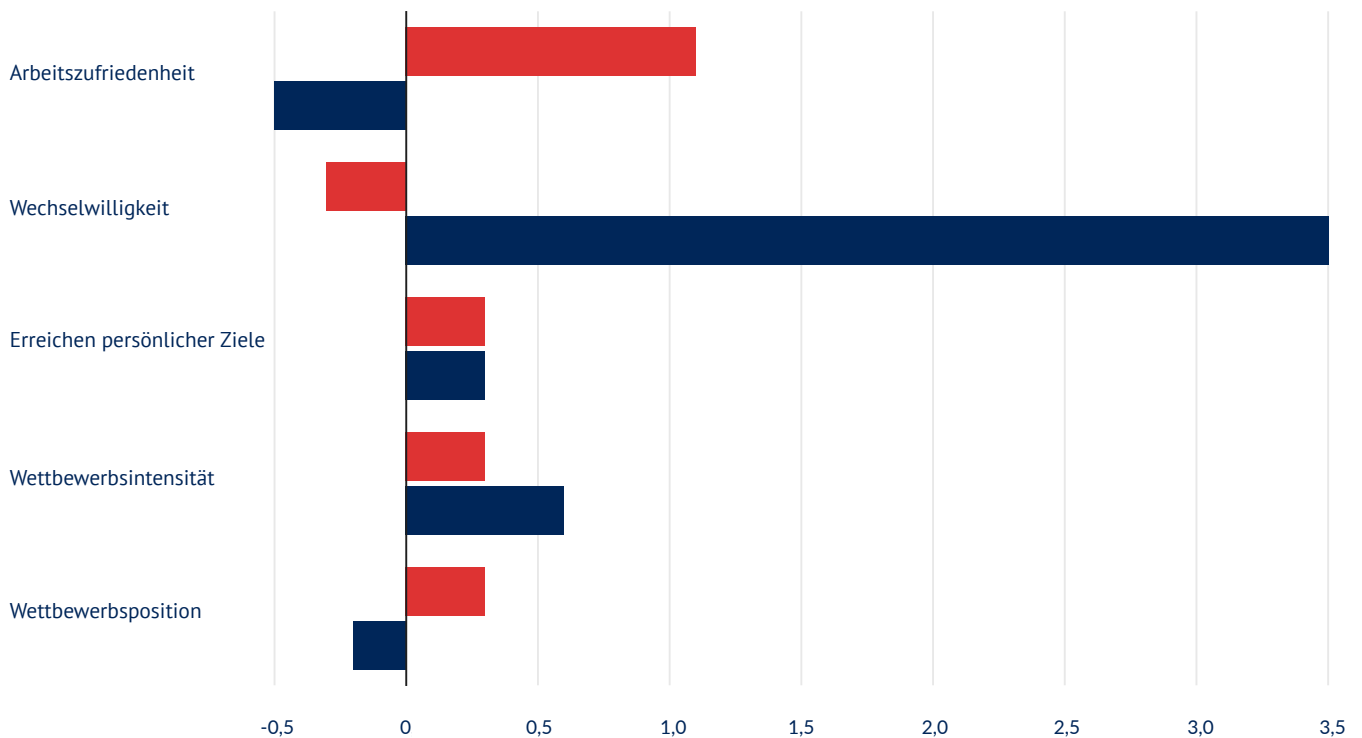


Für diese Ausgabe haben wir uns mal zwei Gruppen herausgegriffen: die Chefs und die ganz jungen Firmenkundenbetreuer. Beide weichen deutlich vom Rest ab, und sie erleben ihre Arbeit durchaus unterschiedlich. Die Chefs sind erheblich zufriedener als ihre Mitarbeiter und (noch) weniger wechselwillig. Sie spüren zwar einen intensiveren Wettbewerb, sehen ihr Haus aber besser positioniert. Die junge Garde dagegen hat deutlich weniger Spaß als der Schnitt, obwohl sie ihre Ziele besser erreicht. Sie empfindet die Wettbewerbsintensität noch stärker als die Chefs, findet ihre Bank aber schlechter aufgestellt. Viele von ihnen sind auf dem Absprung: Sie sind nicht nur erheblich wechselwilliger als ihre Kollegen, mit 8,2 von 10 möglichen Punkten ist auch die absolute Wechselbereitschaft sehr hoch.

Zufriedene Chefs, wechselwillige Jungspunde

(Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch)

● Mit Führungsverantwortung ● 26-35 Jahre alt



MARKT

Wir werden nie erfahren, ob es wirklich die Pandemie gebraucht hat, um den Käufermarkt zu beenden. Schon vorher standen die Zeichen auf Wandel, aber die Krise hat ihn zweifellos beschleunigt. Seit Beginn unserer Befragung vor zwei Jahren sind die Kreditmargen nach Beobachtung der Firmenkundenbetreuer immer weiter gesunken, während zusätzlich die Kreditbedingungen immer weicher wurden. Allerdings hatte sich die Intensität immer weiter abgeschwächt – jetzt hat sie sich ruckartig umgekehrt: Die Margen steigen, die Bedingungen werden strenger.

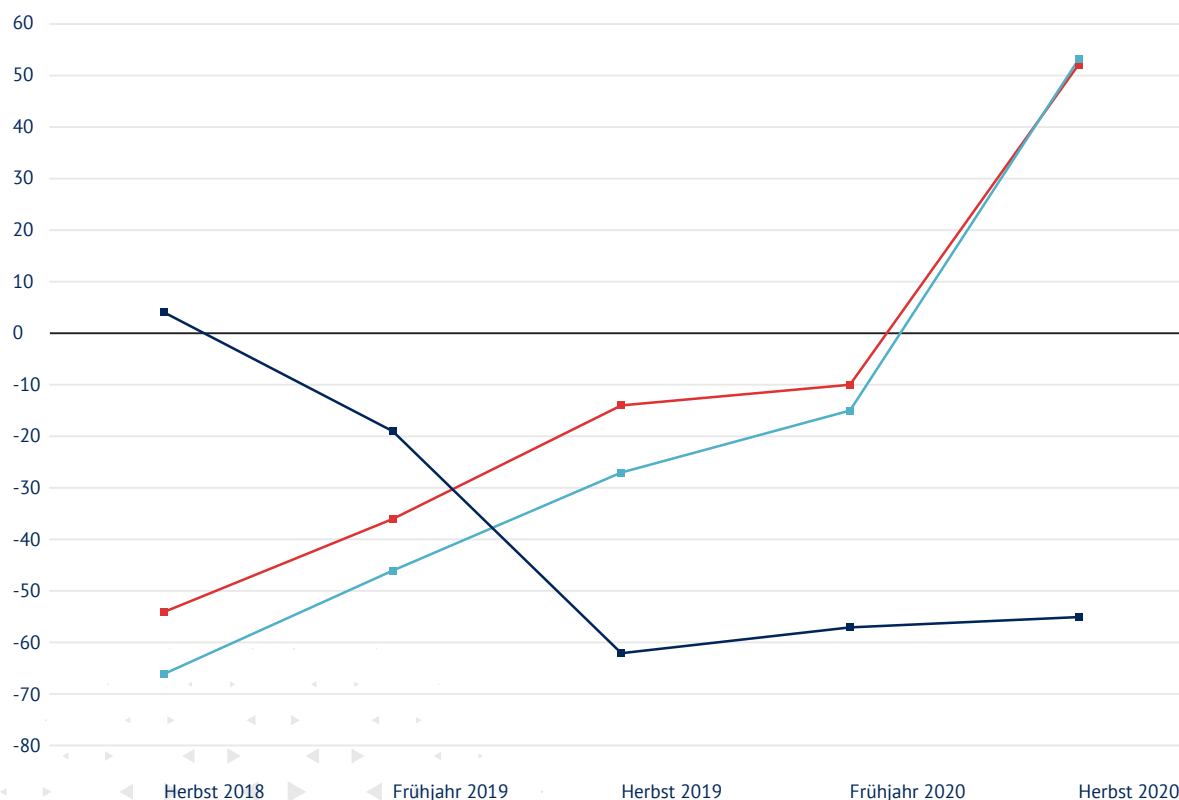
WER NIMMT NOCH DIE SCHWACHEN BONITÄTEN?

Das ist aus Marktsicht gesund und gut und für die (sehr verwöhnten) Kunden gut verdaulich. Was dagegen Sorge machen darf: Der Risikoappetit der Banken ist noch mal auf breiter Front gesunken. Das ist keine Folge der Pandemie, sondern eine Mischung aus Konjunktorentwicklung und hausgemachten Problemen der Banken. Vor achtzehn Monaten zeichnete sich dieser Umschwung bereits ab, nun ist er voll im Markt angekommen. Noch können wir nicht einschätzen, ob damit auch eine langsame, aber tektonische Verschiebung in der Unternehmensfinanzierung einhergeht. Da sich die durchschnittliche Bonität der Kunden aber derzeit verschlechtert, kommt die mangelnde Risikobereitschaft der Banken definitiv zur Unzeit – und bietet anderen Spielern die Gelegenheit zum Einstieg, wie auch die Firmenkundenbetreuer glauben (siehe dazu Seite 12).

Die Trendumkehr ist da!

Saldo der Antworten in Prozentpunkten

● Risikoappetit ● Kreditmargen ● Kreditbedingungen

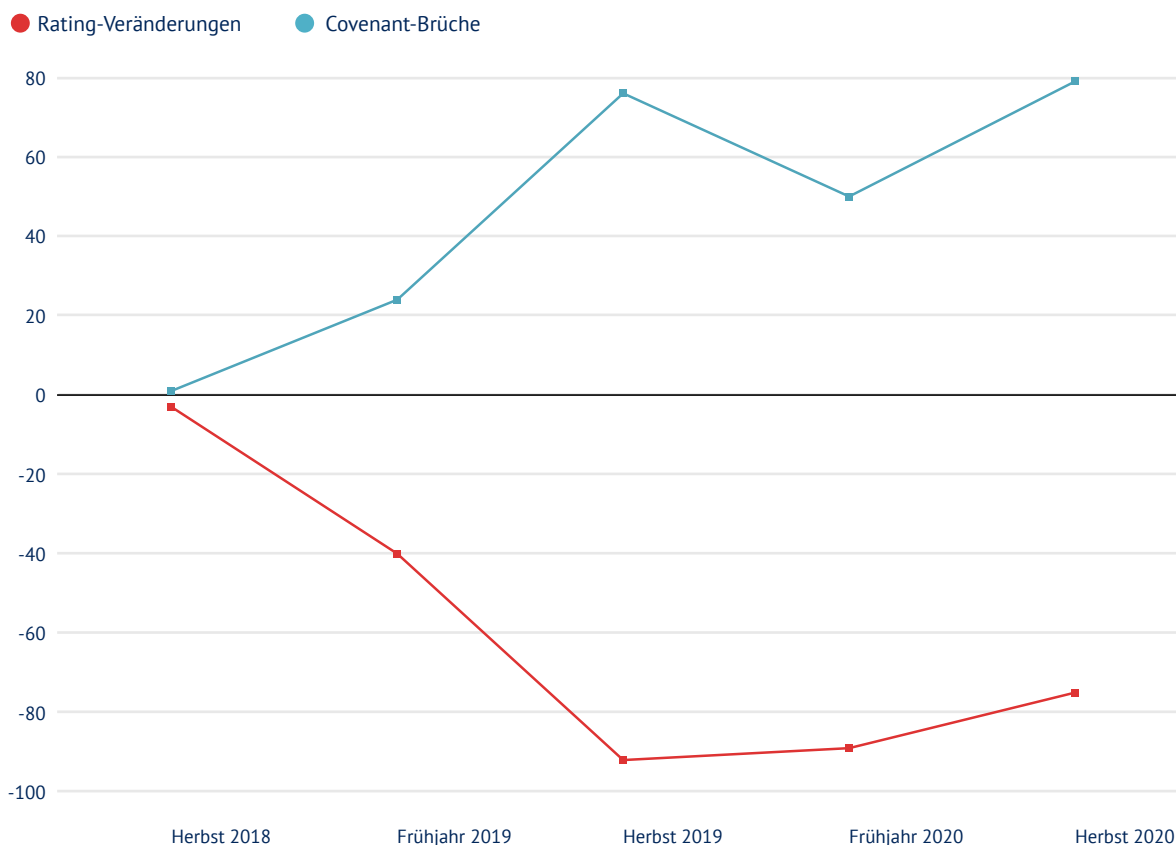


ES KNIRSCHT IM PORTFOLIO

Auf den ersten Blick verwundert die Nachricht nicht: Die Firmenkundenbetreuer beobachten bei ihren Kunden im Schnitt Ratingverschlechterungen und mehr Covenant-Brüche. Nichts anderes würde man in einer Krise erwarten. Aber: Hier lohnt es sich vor Augen zu führen, dass die Befragten die aktuelle Situation jeweils mit dem vorherigen Halbjahr vergleichen: Seit zwei Jahren werden die Ratings von Halbjahr zu Halbjahr immer schlechter und von Halbjahr zu Halbjahr reißen immer mehr Unternehmen die Covenants. Wie das wohl weitergeht? Die Zahlen von 2020 sind ja noch gar nicht in die Ratings und in die Covenant-Berechnungen eingeflossen ...

Bonität sinkt immer weiter, immer mehr Leitplanken werden gerissen

Saldo der Antworten in Prozentpunkten (negativ bei Rating: mehr Downgrades; positiv bei Covenants: mehr Brüche)

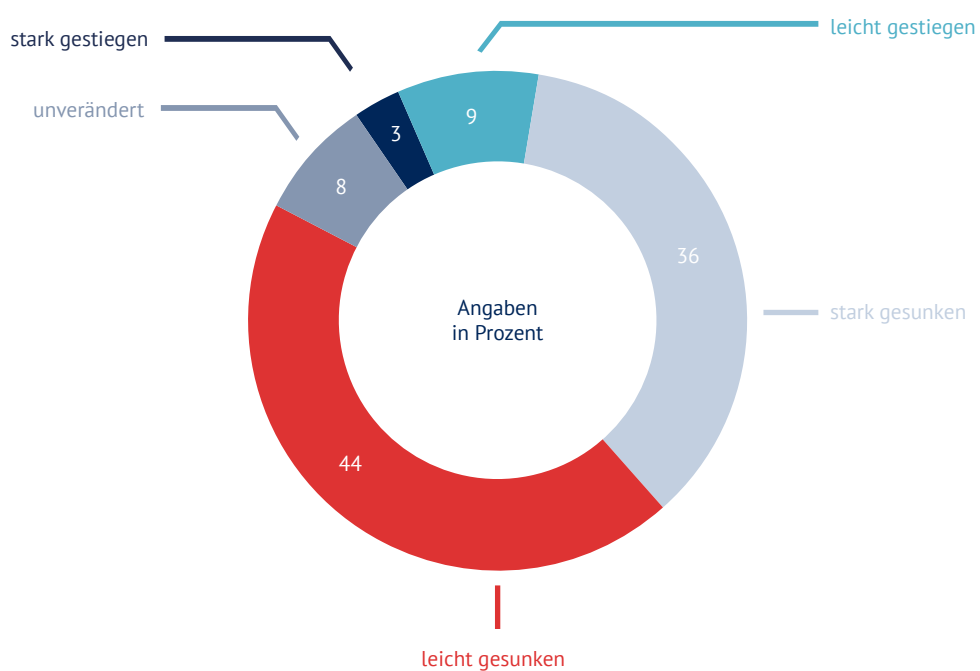


DIE KUNDEN SPAREN

Krisen habe ihre eigenen Gesetze: Eins davon lautet, das Pulver besser trocken zu halten. Das tun die Unternehmen derzeit: Vier von fünf Firmenkundenbetreuern sehen bei ihren Kunden im Schnitt gesunkene Investitionen. Spannend wird sein, ob die Befragten in der nächsten Umfrage bereits Entwarnung geben – oder ob wir in eine echte Investitionslücke hineinlaufen.

Nach mir die Zukunft ...

» Wie hat sich die Investitionsbereitschaft Ihrer Kunden in den letzten sechs Monaten entwickelt?



SCHWERPUNKTTHEMA KRISE

Die Krise verändert für die Firmenkundenbetreuer eine ganze Menge: das eigene Arbeitsleben, ihren Arbeitgeber und den Markt, in dem sie sich bewegen. Wir haben nach allen Aspekten gefragt – und einige interessante Einblicke erhalten.

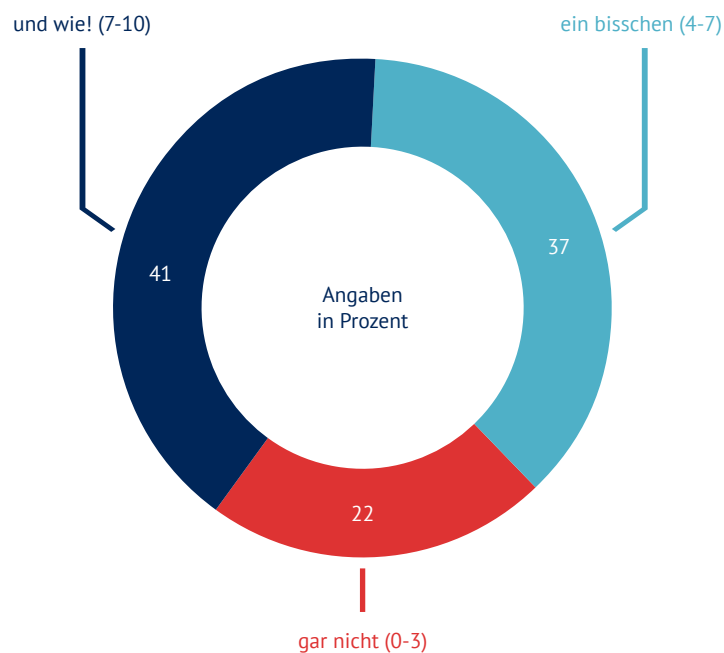
MEHR PRODUKTIVITÄT DURCH TOOLS UND PROZESSE

Zu Hause zu sitzen, statt zum Kunden zu fahren, ist nichts, was das Herz des Vertrieblers höherschlagen lässt. Aber: Die meisten finden, dass sie dadurch mehr erledigt haben. In vielen Häusern sind – notgedrungen – auch zahlreiche Prozesse neugestaltet und oft verschlankt worden. Auch das zahlt sich an der Kundenfront aus.

Wir kriegen mehr weggeschafft!

» „Durch digitale Tools und neue Prozesse in der Bank bin ich in meiner Arbeit dauerhaft produktiver geworden.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



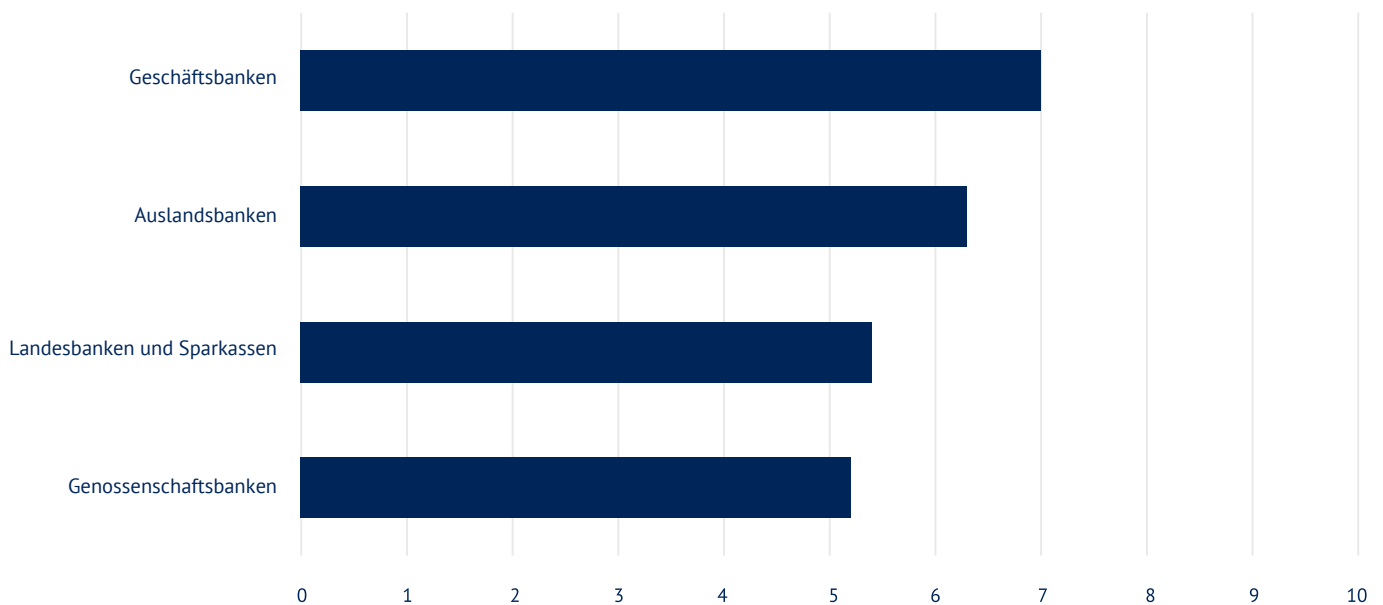
ERST MAL AUF DIE BESTANDSKUNDEN SCHAUEN

Allerdings haben viele Firmenkundenbetreuer auch weniger Druck an der Akquisefront – an neuen Kunden sind viele Häuser nämlich derzeit gar nicht sonderlich interessiert. Vor allem in den Geschäftsbanken steht die Neukundengewinnung gerade nicht ganz oben auf der Agenda. Auch bei den Auslandsbanken zeigt sich zwar kein Exodus, aber doch Zurückhaltung. Dagegen geben sich die beiden anderen Säulen unseres Bankensystems deutlich angriffslustiger.

Neukunden? Muss nicht ...

» „Unser aktuelles Kreditgeschäft fokussiert sich auf Bestandskunden, bei Anfragen von Neukunden sind wir sehr zurückhaltend.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



ALARM IN DER SANIERUNG, ABER ALLE HABEN DIE GUTEN

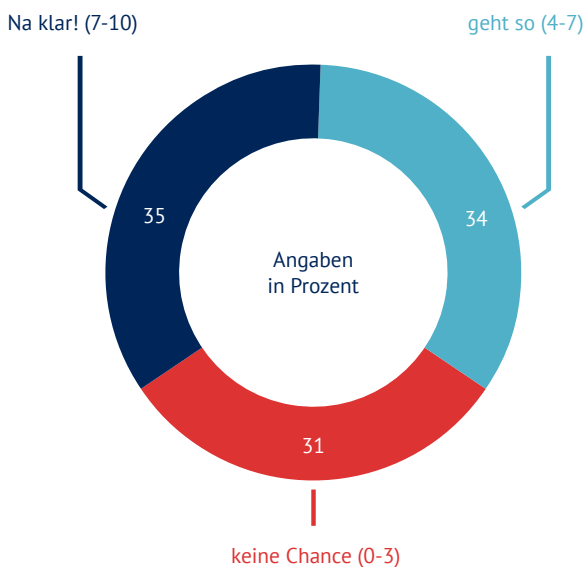
Dass die Sanierungsabteilungen der Banken in den kommenden zwei Jahren ordentlich ausgelastet sein werden, glauben die meisten Marktbeobachter. Aber wie gut sind sie vorbereitet? Wenn man die Betreuer aus dem Weißbereich fragt, kann einem durchaus ein bisschen bange werden. Nur ein Drittel stellt den Kollegen im eigenen Haus ein tadelloses Zeugnis aus. Ein weiteres Drittel zweifelt daran, dass die Workout-Abteilung den aktuellen und den kommenden Restrukturierungen personell und inhaltlich gewachsen ist. Und ein weiteres Drittel sieht sogar gravierende Defizite.

Die eigenen Kunden sieht der Firmenkundenbetreuer allerdings auch nicht zu den Kollegen wandern. Die Einschätzung der Qualität des eigenen Portfolios ist eine wahre Freude für jeden Statistiker. Hier zeigt sich die Natur der Firmenkundenbetreuer, die als Vertriebler schlicht unerschütterliche Optimisten sind: Zwei von dreien halten ihr Portfolio für krisenfester als den Gesamtmarkt, nur einer von zwanzig glaubt, selbst ein unterdurchschnittliches Portfolio zu managen. Der alte Gauß hätte wohl nur milde mit dem Kopf geschüttelt, und auch wir müssen sagen: Wenn diesmal nicht zufällig nur die Kollegen mit dem Spitzenportfolio geantwortet haben, dann regiert hier Wunsch über Wirklichkeit.

Blindes Vertrauen ist was anderes

» „Unsere Workout-/Sanierungsabteilung ist den aktuellen und den kommenden Restrukturierungen personell und inhaltlich gewachsen.“

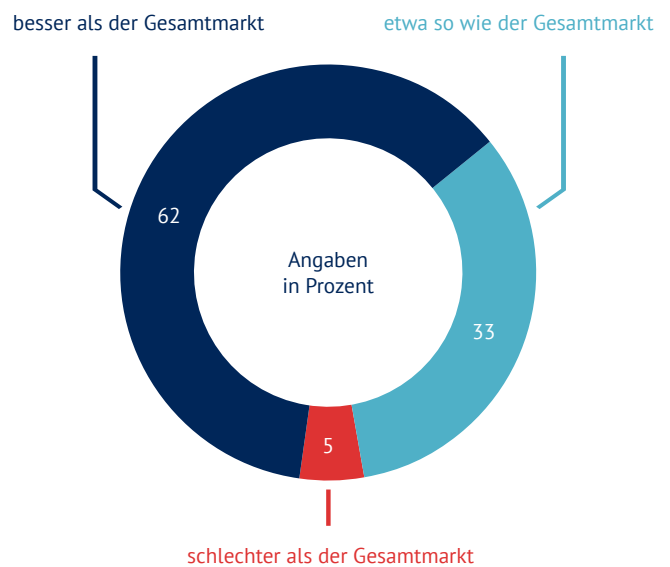
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



Es gibt schlechte Kunden – bei den anderen ...

» „Wie schätzen Sie die Krisenfestigkeit Ihres persönlichen Kundenportfolios ein?“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



PROBLEM VERTAGT, ALTERNATIVE FINANZIERER GEWINNEN

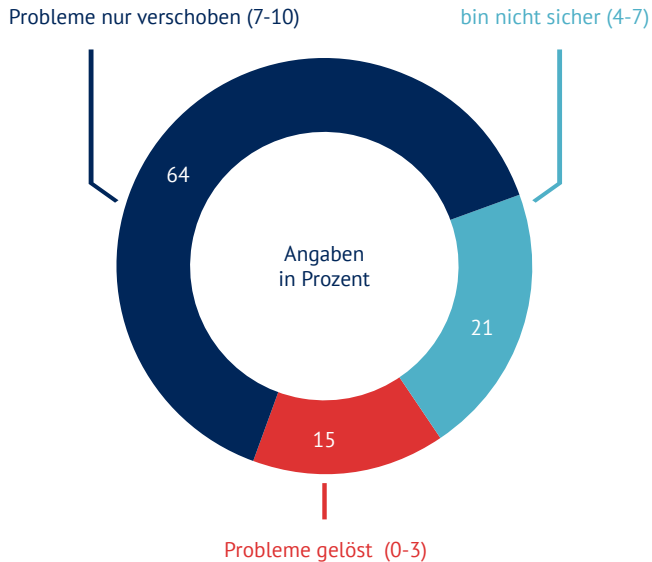
Viele Kunden landen derzeit nicht in der Intensivstation, weil mit Fördermitteln genügend Liquidität in die Firmen gepumpt wurde. Doch reicht das, um die Krise zu überwinden? Die Firmenkundenbetreuer sind da sehr skeptisch. Zwei Drittel glauben, dass die Staatshilfen das Problem nur verschieben – schließlich sind die Fördermittel ja keine Zuschüsse, sondern müssen zurückgeführt werden. Nur einer von sieben geht davon aus, dass die Unternehmen das schon aus eigener Kraft schaffen werden – oder genügend Anschlussfinanzierer zur Verfügung stehen.

Das könnten natürlich auch Nichtbanken sein. Factoring oder Sale & Lease Back sind ja ohnehin typische Krisenfinanzierungen. Und auch unter den Debt Funds tummeln sich zahlreiche Anbieter, die gegen hohe Zinsen und/oder ausgiebige Besicherung gern auch höhere Risiken nehmen. Tatsächlich glaubt ein Drittel der Befragten, dass diese Spieler als Gewinner aus der Krise hervorgehen. Hier herrscht aber Uneinigkeit: Ein Viertel glaubt, dass die alternativen Finanzierer keinen Nutzen aus den Verwerfungen ziehen können.

Nur gekaufte Zeit

» „Die Fördermittel verschieben die Finanzierungskrise vieler Unternehmen nur.“

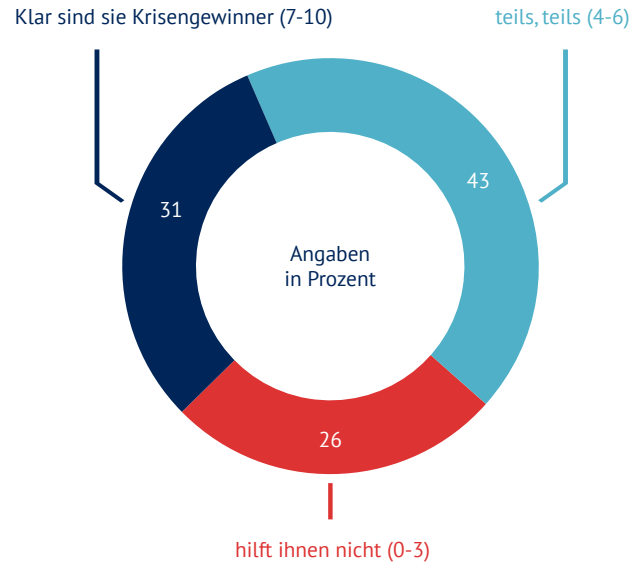
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



Vormarsch der Bankalternativen

» „Alternative Finanzierer wie Debt Funds, Factoring-Gesellschaften oder Sale & Lease Back sind die Gewinner der Krise.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



SCHWERPUNKT PRODUKTPALETTE

Es gibt diese Themen, die Chefs verzweifeln lassen: drei gefragt, fünf Meinungen gehört. Was soll man damit anfangen? Solch eine Frage ist die nach der Breite der Produktpalette – zu viel, zu wenig oder gerade richtig? Unsere Befragung zeigt: Macht man es dem einen recht, tritt man dem anderen auf die Füße. Vier von zehn Firmenkundenbetreuern sehen noch Luft in der Angebotspalette, dreien ist es schon zu viel, für den Rest passt es ungefähr. Es hilft auch nichts, die Einschätzungen nach einzelnen Banken oder Bankengruppen zu filtern, es bleibt ein individuelles Thema.

Allerdings: Es gibt einen Faktor, der die unterschiedliche Einschätzung so gut wie nichts sonst erklärt, nämlich das Alter der Befragten – oder auch die Erfahrung. Entlang der Dekaden verringert sich das Gefühl, mit zu vielen Bällen jonglieren zu müssen. Die Jungspunde kämpfen mit der Vielfalt, der Altmeister beherrscht souverän auch die komplexere Partitur – oder glaubt das zumindest.

Darf es noch etwas mehr sein? Nein! Ja! Vielleicht

...

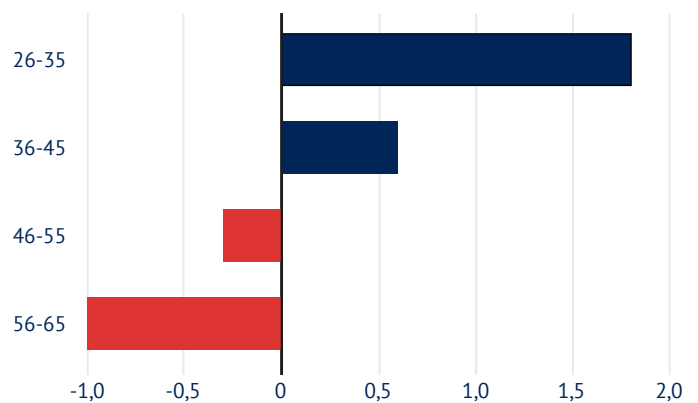
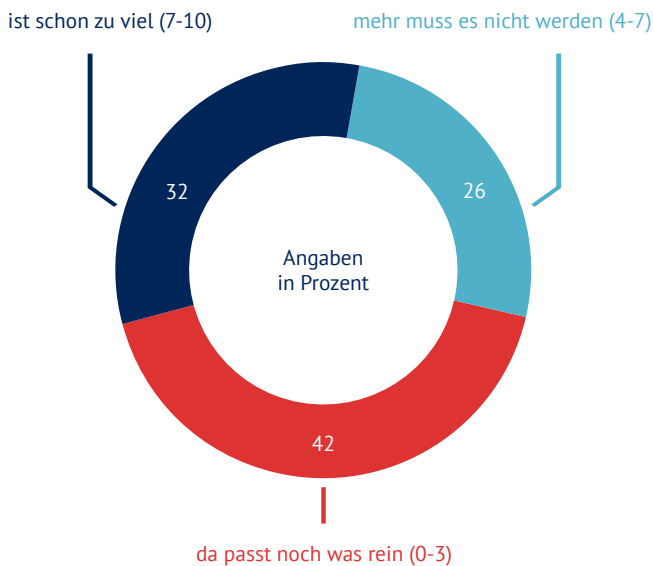
» „Wir haben schon heute eher zu viele als zu wenige Produkte im Gepäck, die wir beim Kunden platzieren sollen.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

Überforderte Junge, abgeklärte alte Hasen

» „Wir haben schon heute eher zu viele als zu wenige Produkte im Gepäck, die wir beim Kunden platzieren sollen.“

Abweichung vom Durchschnitt



DIE GUTEN PLATTFORMEN MIT GESCHÄFT BEFÜLLEN

Die Sache mit der Produktpalette wird noch komplizierter durch Plattformen und Fintechs. Von beiden wusste man lange nicht genau, ob sie Wettbewerber oder Partner der Banken sind. Mittlerweile lichtet sich der Nebel und es zeigt sich: mal so, mal so – es kommt ganz darauf an, was die Banken daraus machen.

Die große Furcht vor den Fintechs, die den Banken an allen Ecken und Enden das Wasser abgraben, ist längst passé. Mittlerweile wird eifrig kooperiert, wenn auch bislang mit zumeist gebremstem Schaum. Nicht alles funktioniert schon, aber nur einer von sieben Firmenkundenbetreuern glaubt, dass die Kooperationen sich grundsätzlich nicht bewähren werden. Ein Drittel vermutet, dass sie vor allem schon bestehende Angebote der Bank ersetzen werden. Aber über die Hälfte zeigt sich optimistisch (oder befürchtet ...), durch Fintechs künftig noch mehr Pfeile im Köcher zu haben.

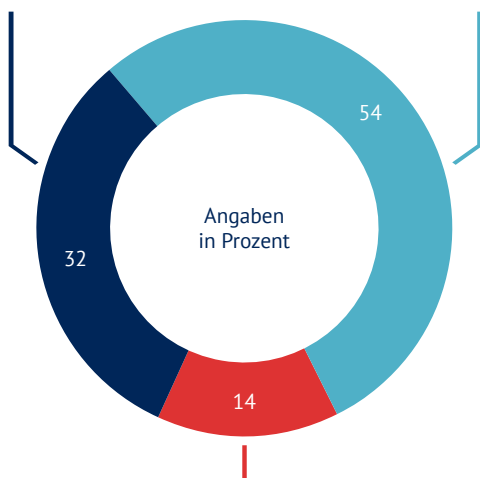
Einige Fintechs versuchen, sich als Plattform zu etablieren, die mehrere Finanzierer mit den Firmenkunden verbindet. Besonders Trade und Supply Chain Finance bieten sich dafür an, aber auch syndizierte Kredite. Beteiligungen durch Banken an Plattformen sorgten jüngst für Aufsehen. Glaubt man den Firmenkundenbetreuern, dann ist das eine schlüssige Strategie: Fast die Hälfte empfiehlt, sich an guten Plattformen zu beteiligen und darüber das Geschäft abzuwickeln. Ein weiteres knappes Viertel will zwar keine Beteiligung, aber die Nutzung der externen Plattform. Nur gut jeder Vierte plädiert dafür, dass die Banken gemeinsam eigene Plattformen bauen (der Track Record ist da allerdings eher bescheiden). Eine individuelle Plattform der eigenen Bank will nicht mal jeder zehnte Firmenkundenbetreuer.

Fintechs ergänzen und ersetzen die Produktpalette

» „Wie beeinflussen künftig Kooperationen z.B. mit Fintechs Ihr eigenes Produktangebot für den Kunden?“

Es wird immer mehr Kooperationen geben, die vor allem bestehende Produkte ersetzen.

Es wird immer mehr Kooperationen geben, durch die wir zusätzliche Produkte anbieten können.



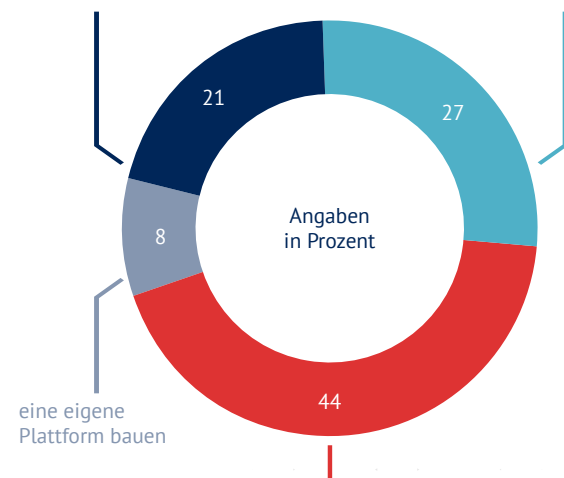
Die Kooperationen werden sich nicht bewähren.

Alles, aber keine hauseigenen Lösungen!

» „Welche Plattform-Strategie sollten Banken in Bereichen wie Trade Finance, Supply Chain Finance oder Syndicated Loans verfolgen?“

externe Plattformen für ihr Geschäft nutzen, sich aber nicht beteiligen

gemeinsam eine Plattform bauen



eine eigene Plattform bauen

sich an Erfolg versprechenden externen Plattformen beteiligen und über diese ihr Geschäft abwickeln

UND „BEYOND BANKING“ NEHMEN WIR AUCH NOCH MIT ...

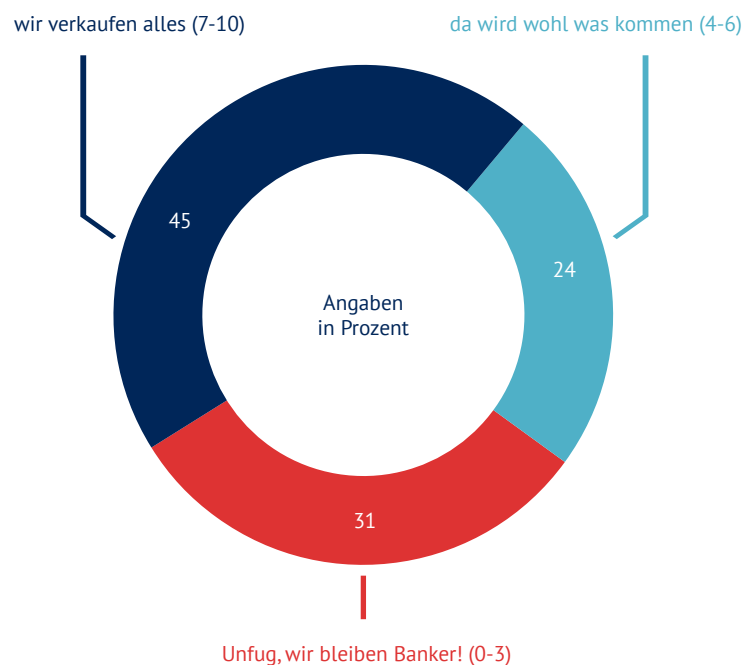
Als ob es mit eigenen Bankprodukten, Plattformen und Fintechs nicht genug wäre – künftig droht auch noch das ominöse „Beyond Banking“. Das simple Konzept: Banken sollen ihre gute Kundenbeziehung dazu nutzen, artverwandte Produkte und Dienstleistungen von Kooperationspartnern mit zu vertreiben. Das ging vor Jahrzehnten unter dem Stichwort Allfinanz schon mal mächtig schief, erfährt aber eine Renaissance – glauben zumindest drei Viertel der Firmenkundenbetreuer.

Ob es wirklich die von uns vorgeschlagenen Software-Tools für die Finanzabteilung oder Versicherungen sein werden, steht in den Sternen. Theoretisch setzen die bislang weitgehend ungehobenen Datenschätze der Banken den Visionen kaum Grenzen. Bislang scheuen die meisten allerdings vor konsequenten Schritten zurück – man ist doch noch arg mit sich selbst beschäftigt. Wahrscheinlich wird zunächst mit den kleineren Unternehmenskunden begonnen, wo derselbe Mensch beim Kunden für viele verschiedene Themen zuständig und im Unternehmen die geringste Expertise vorhanden ist. Vorreiter könnten die Sparkassen sein: Mit 8,8 von 10 möglichen Punkten ist die Zustimmung bei ihnen nicht nur viel höher als der Schnitt (5,8), sondern auch absolut sehr hoch. Wir sind gespannt!

Wir können mehr als Banking

» „Wir Firmenkundenbetreuer werden in den kommenden Jahren auch ‚Beyond Banking‘ (Software-Tools für die Finanzabteilung, Versicherungen etc.) verkaufen müssen.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



KOMMENTAR

ENDSPIEL IN SUPPLY CHAIN FINANCE

Der Markt für Supply Chain Finance boomt. Während Unternehmen in der Corona-Pandemie unter Liquiditätsproblemen und Lieferengpässen leiden, ist die Nachfrage für intelligente Lösungen in der Lieferkettenfinanzierung enorm gestiegen. Ob Industrie, Pharmazie oder Handel: Unternehmen müssen das Working Capital verbessern, ihr Cash zusammenhalten und gleichzeitig ihre Lieferanten am Leben halten. Klassisches Factoring erwies sich insbesondere während des ersten Lockdowns als schwierig, da Kunden schlicht keine neuen Bestellungen aufgaben.

Abhilfe schafft die Lieferantenfinanzierung. Ein neuer riesiger Finanzierungsmarkt bedeutet aber auch verschiedene Ideen und konkurrierende Ansätze. In Deutschland haben wir bisher knapp ein Dutzend Fintech-Plattformen mit Ansätzen, die bei genauerem Hinsehen deutlich unterschiedliche Paradigmen offenbaren – und maßgeblich sind für die Vertrauensbasis zwischen Unternehmen und Lieferanten oder die Entwicklung des Firmenkundengeschäfts der europäischen Banken. Da gibt es etwa die hochkapitalisierten US-Anbieter, die unsere Banken am liebsten aus der Kundenbeziehung drängen würden und sensible Kundendaten außerhalb des europäischen Datenschutzstandards speichern.

David gegen Goliath ist nicht mehr zeitgemäß

In Europa unterscheidet sich die Art und Weise, ob und wie die Fintechs mit Banken kooperieren. Das Narrativ Fintech konzentrierte sich bis vor Kurzem vor allem auf den Wettbewerb zwischen etablierten Finanzinstituten und neuen Playern, die die seit Jahrzehnten, in manchen Fällen sogar Jahrhunderten, vorherrschende Ordnung auf den Kopf stellen sollten – mit mutigen Ideen, aber wenig Kapital. David gegen Goliath also. Doch dieser disruptive Ansatz verschiebt sich immer mehr in Richtung Zusammenarbeit.

Noch ist nicht abschätzbar, welche der Supply-Chain-Finance-Plattformen das Rennen machen wird. Doch klar ist, dass unsere Banken wesentlich darüber mitentscheiden, ob sich die für sie attraktivste Plattform durchsetzt. Wenn die Banken ihr eigenes Geschäft auf eine gemeinsame Plattform kanalisieren, wird diese zum Marktführer und irgendwann zum Marktstandard werden. Darum sollten Banken auf bankenfreundliche Plattformen setzen, die die Institute im Kerngeschäft nicht aus dem Markt drängen wollen. Doch nicht nur aus strategischem Interesse, sondern gerade im Hinblick auf den größten Mehrwert für den Kunden gilt: Die Davids und die Goliaths müssen noch weiter zueinanderfinden.



Markus Rupprecht
Gründer und CEO
Traxpay GmbH

✉ markus.rupprecht@traxpay.com

KOMMENTAR

UPDATE ZUM FINANZIERUNGSMARKT

Relationship Banking zeigt in der Krise seine Vorteile

Zu Beginn der Corona-Krise legten Banken ihren Fokus klar auf Bestandskunden. Sie wurden regelrecht mit KfW-Anfragen überschwemmt und verfügten über keine Kapazitäten mehr, sich um Neukunden zu kümmern. Das hat sich inzwischen deutlich entspannt.

Banken sind wieder in der Lage, Neukunden zu prüfen und an Bord zu nehmen. Neukunden haben aber nur dann gute Chancen, wenn sie in den vergangenen Monaten eine deutliche Corona-Resistenz oder eine sehr schnelle Erholung gezeigt haben.

Unternehmen, die das nicht vorweisen können, verfügen hoffentlich über gute Verbindungen zu ihren Bestandsbanken. Wer auch auf Kundenseite den Relationship-Ansatz gepflegt hat, kann jetzt auf die Unterstützung der Banken bauen. Langfristige Bindung und Beziehungen zwischen Unternehmen und Banken zahlen sich aus.

Liquidität ist für starke Unternehmen kein Problem

Effekte aus dem Lockdown light sind vor allem in den direkt betroffenen Branchen (insbesondere Gastronomie und Tourismus) zu erkennen. Außerhalb dieser Segmente laufen die Geschäfte seit dem dritten Quartal sehr gut. Liquidität auch abseits von KfW-Linien (die sich häufig als nicht unkompliziert herausstellen) ist für diese Unternehmen gut verfügbar.

Alternative Finanzierer, die auf umfangreiches Rescue-Financing-Geschäft gehofft haben, sind in Deutschland bisher enttäuscht worden. Günstigere Produkte aus dem Bankenmarkt haben bisher nur zu wenigen Finanzierungen mit zweistelligen Renditen geführt. Und Unternehmen in der Krise weisen häufig Risikoprofile auf, die dann auch für alternative Finanzierer nicht mehr interessant sind.

Das StaRUG wirft seine Schatten voraus

Das Gesetz zum präventiven Restrukturierungsrahmen ist noch nicht in Kraft getreten, aber trotzdem in vielen Restrukturierungen das bestimmende Thema. Endlich wird mit dem Rahmen die Möglichkeit geschaffen, mit Mehrheitsentscheidungen einzelne obstruierende Kreditgeber zu überstimmen und in eine von der Mehrheit getragene Struktur zu zwingen (Cram-down).

Der präventive Restrukturierungsrahmen wird finanzielle Restrukturierungen in Deutschland vereinfachen, die Dynamik in solchen Situationen aber auch signifikant verändern.



Dr. Johannes Schmittat
Managing Director
GCA Altium

✉ johannes.schmittat@gcaaltium.com

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

FINANCE Think Tank
Corporate Banking & Finance

Eine Initiative der Targecy GmbH
Rathenauplatz 2-8 | 60313 Frankfurt am Main
www.finance-thinktank.de

Bastian Frien
☎ +49 69 256 279-20
✉ bastian.frien@finance-thinktank.de

KONTAKT MITHERAUSGEBER

GCA Altium
Thurn-und-Taxis-Platz 6 | 60313 Frankfurt am Main
www.gcaaltium.com

Dr. Johannes Schmittat
☎ +49 69 204 34 64-33
✉ johannes.schmittat@gcaaltium.com

Traxpay GmbH
Schleusenstraße 17 | 60327 Frankfurt am Main
www.traxpay.com

Markus Rupprecht
☎ +49 69 597 72 15-0
✉ markus.rupprecht@traxpay.com

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr.