



THINKTANKsurvey
FIRMENKUNDENBETREUER

JUNI 2021

SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

Ausgabe 6, Frühjahr 2021

MITHERAUSGEBER




GCA ALTIUM

traxpay



INHALT

BANKER UND BANK.....	3
MARKT	6
SCHWERPUNKTTHEMA KRISE.....	9
SCHWERPUNKTTHEMA NACHHALTIGKEIT.....	13
KOMMENTARE	15



SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

FRÜHJAHR 2021

Die Rückkehr zur Normalität wird wieder vorstellbar, manch ein Volkswirt prognostiziert gar einen kräftigen Aufschwung. Doch daneben warten Aufräumarbeiten, die auch die Banken in ihrem Firmenkundengeschäft noch lange beschäftigen werden. Darum haben wir auch in dieser Ausgabe einen unserer beiden Schwerpunkte wieder auf das Thema Krise gelegt. Mit dem Thema Nachhaltigkeit haben wir außerdem einen der Megatrends unserer Zeit herausgegriffen.

Als Seismograf ist die Sales-Mannschaft der Banken 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.

BANKER UND BANK

Die Pandemie hat viele Firmenkundenbetreuer extrem gefordert. Es ging vor allem darum, trotz schwieriger Umstände den engen Draht zum Kunden zu halten und in der eigenen Organisation Prozesse unbürokratisch und in ungekannter Geschwindigkeit voranzutreiben. Mittlerweile ist wieder mehr Ruhe in den Arbeitsalltag eingeleitet. Die aktuelle Befragung zeigt an verschiedenen Stellen eine Rückkehr in Richtung Normalität. Allerdings gibt es auch einige Befunde, die durchaus Sorgen bereiten müssen.



Bastian Frien
Gründer und Geschäftsführer
FINANCE Think Tank

✉ bastian.frien@finance-thinktank.de

DER WETTBEWERB KEHRT ZURÜCK, DIE ARBEITSFREUDE BLEIBT

Wir haben es bei der vorherigen Befragung schon vermutet, jetzt ist es fast Gewissheit: Der Prototyp des Firmenkundenbetreuers muss ein Stoiker sein. Krise in den Banken, Pandemie, nahende Erholung – doch die Stimmung bleibt kaum verändert gemäßigt positiv, zumindest im Durchschnitt. Doch ein näherer Blick zeigt, dass die Zufriedenheit sehr ungleich verteilt ist: Jeder Fünfte ist unzufrieden, zwei von fünf dagegen sind sehr zufrieden mit ihrer Arbeit.

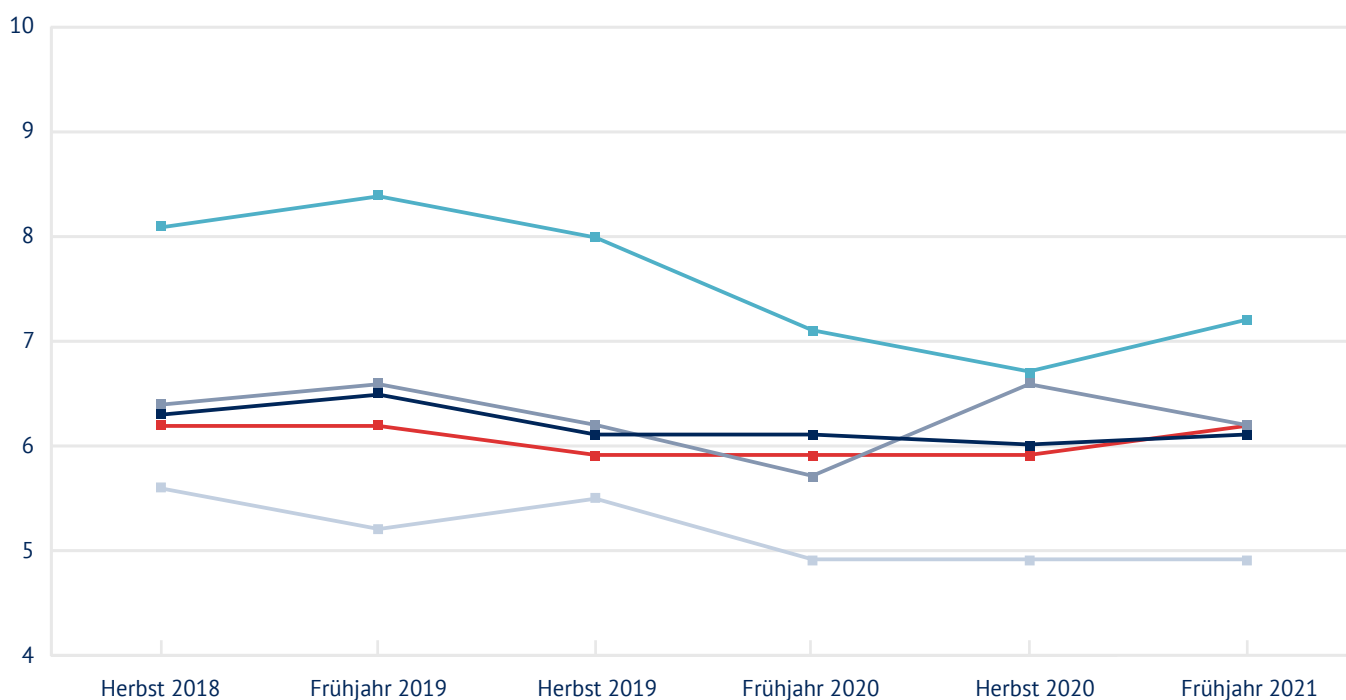
Die Arbeitszufriedenheit ist leicht gestiegen, obwohl die Rahmenbedingungen sich nicht unbedingt verbessert haben. Am auffälligsten: Der Wettbewerbsdruck wird wieder stärker spürbar. Zwei Jahre lang beobachteten die Firmenkundenbetreuer einen nachlassenden Wettbewerb, das hat sich nun gedreht. Mit der nahenden Erholung nimmt offenbar auch die Konkurrenz wieder zu. Nüchterner wird auch die eigene Zielerreichung beurteilt.

Dagegen sehen die Firmenkundenbetreuer ihr eigenes Haus wieder besser im Markt positioniert. Das mag den stärkeren Wettbewerb in ihren Augen aufwiegen. Seit nunmehr einem Jahr vollkommen unverändert ist die Wechselwilligkeit, sie verharrt auf mittlerem Niveau. Aber auch das verdeckt die Unterschiede: Zwei von fünf können sich einen Wechsel kaum vorstellen, jeder Sechste ist dagegen auf dem Absprung.

Trendwende beim Wettbewerb

Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

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



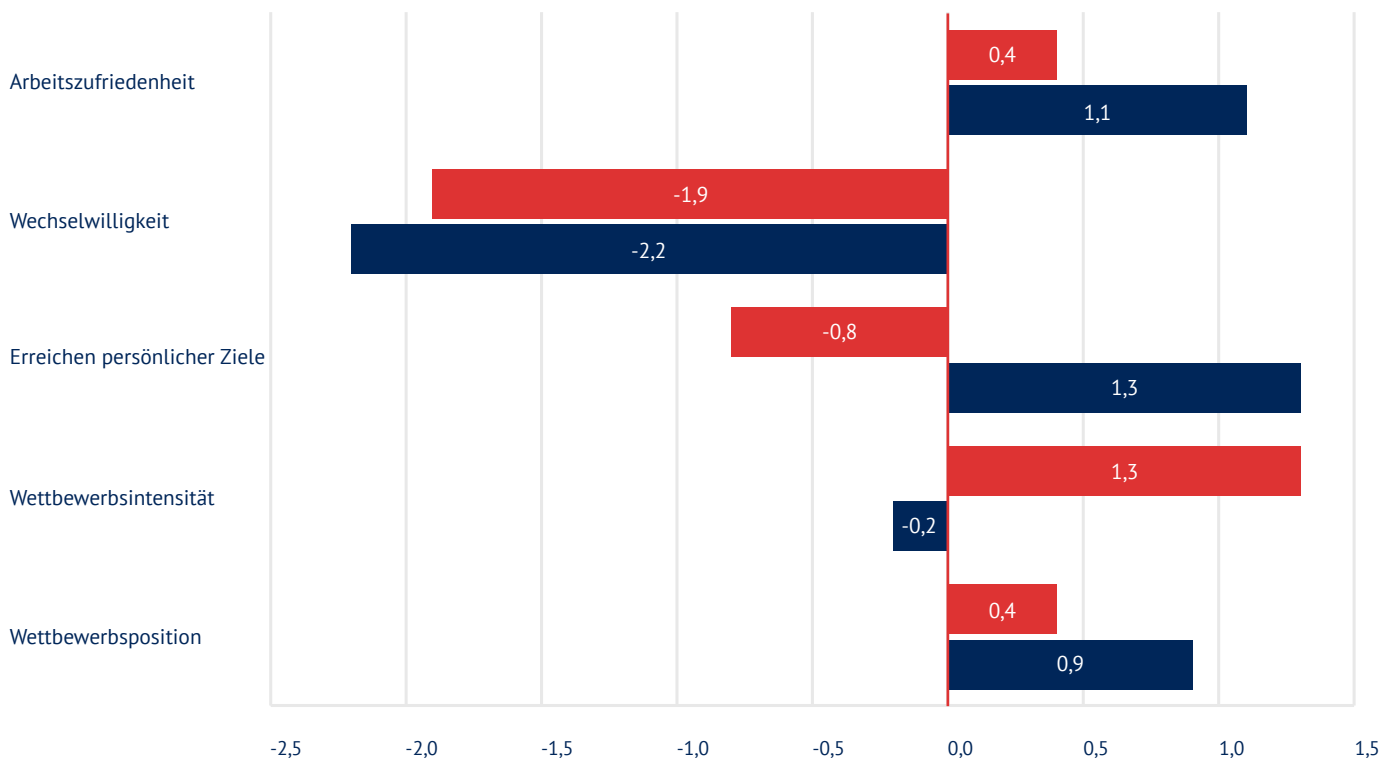
ALT ODER OHNE FÜHRUNGSAUFGABE MÜSSTE MAN SEIN ...

Für diese Ausgabe haben wir uns mal wieder zwei Gruppen herausgegriffen: die Kollegen ohne Mitarbeiterverantwortung und die ganz erfahrenen Firmenkundenbetreuer. Das ist ganz aufschlussreich. Wer ohne die Last der Verantwortung für Mitarbeiter arbeiten kann, erlebt zwar den Wettbewerb intensiver und erreicht seine persönlichen Ziele seltener, ist aber zufriedener und signifikant weniger wechselwillig. Noch geringer ist die Wechselbereitschaft nur bei den Senioren, die auch deutlich zufriedener mit ihrem Job sind. Das mag auch damit zu tun haben, dass sie den Wettbewerb nicht so intensiv empfinden, ihre Ziele häufiger erreichen und die Positionierung des eigenen Hauses deutlich besser beurteilen. Also: alt und/oder frei von Führungsaufgaben muss man sein, um als Firmenkundenbetreuer glücklich zu werden ...

Senior oder ohne Mitarbeiter: die Schlüssel zum Glück

(Abweichung zu den restlichen Befragten, Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch)

● Ohne Führungsverantwortung ● 56-65 Jahre alt



MARKT

Die vorherige Befragung hatte einen Ruck gezeigt: Zwei Jahre lang waren die Kreditmargen kontinuierlich gesunken, die Kreditbedingungen immer weiter aufgeweicht – allerdings mit immer schwächerer Ausprägung. Die Pandemie brachte dann die – von vielen Spielern lange erhoffte – Trendumkehr. Im vergangenen halben Jahr hat sich der Markt beruhigt. Die Kreditmargen haben sich nach Beobachtung der Firmenkundenbetreuer kaum mehr verändert. Die Kreditbedingungen sind noch strikter geworden, allerdings hat sich die Tendenz abgeschwächt. In Summe beschreibt die Befragung damit einen erfreulich stabilen Markt.

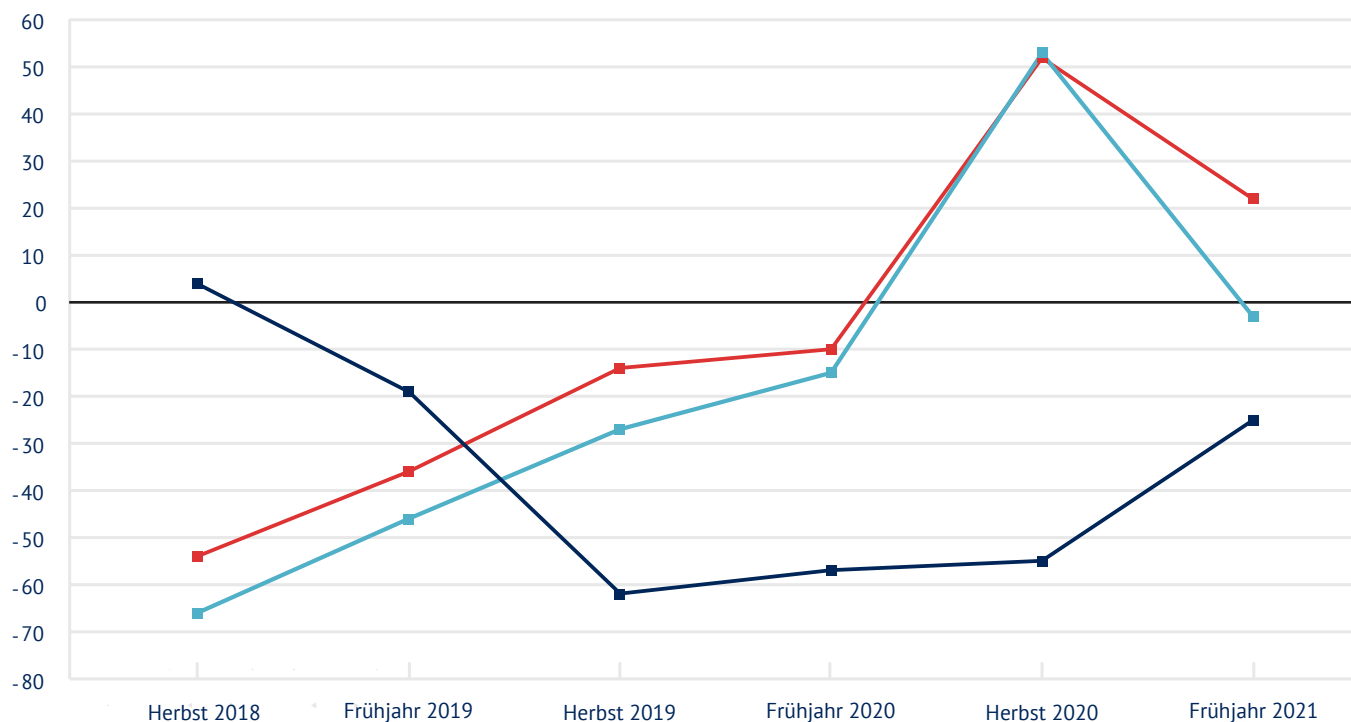
SCHWACHE BONITÄTEN UND BRANCHEN LEIDEN

Eine Sorge verlässt uns allerdings nicht: Der Risikoappetit ist noch weiter gesunken. Damit setzt sich ein zwei Jahre alter Trend fort. Zwar hat die Dynamik etwas nachgelassen, aber wir befinden uns jetzt auf einem ganz anderen Niveau als noch im Frühjahr 2019. Der Markt zeigt, dass sich manche Banken nicht nur vor Unternehmen mit schlechten Ratings scheuen, sondern sogar ganzen Branchen den Rücken zuwenden. Einzelhandel, Textil und Automotive stehen auf der Prioritätenliste selten ganz oben. Da die Banken hier – wie so oft – einem Herdenverhalten folgen, sind die Auswirkungen für den Gesamtmarkt zwar überschaubar, können für einzelne Kunden aber dramatisch sein.

Der Markt beruhigt sich ein bisschen

Saldo der Antworten in Prozentpunkten

● Risikoappetit ● Kreditmargen ● Kreditbedingungen



KAUM GEBREMSTER FALL IM BESTANDSPORTFOLIO

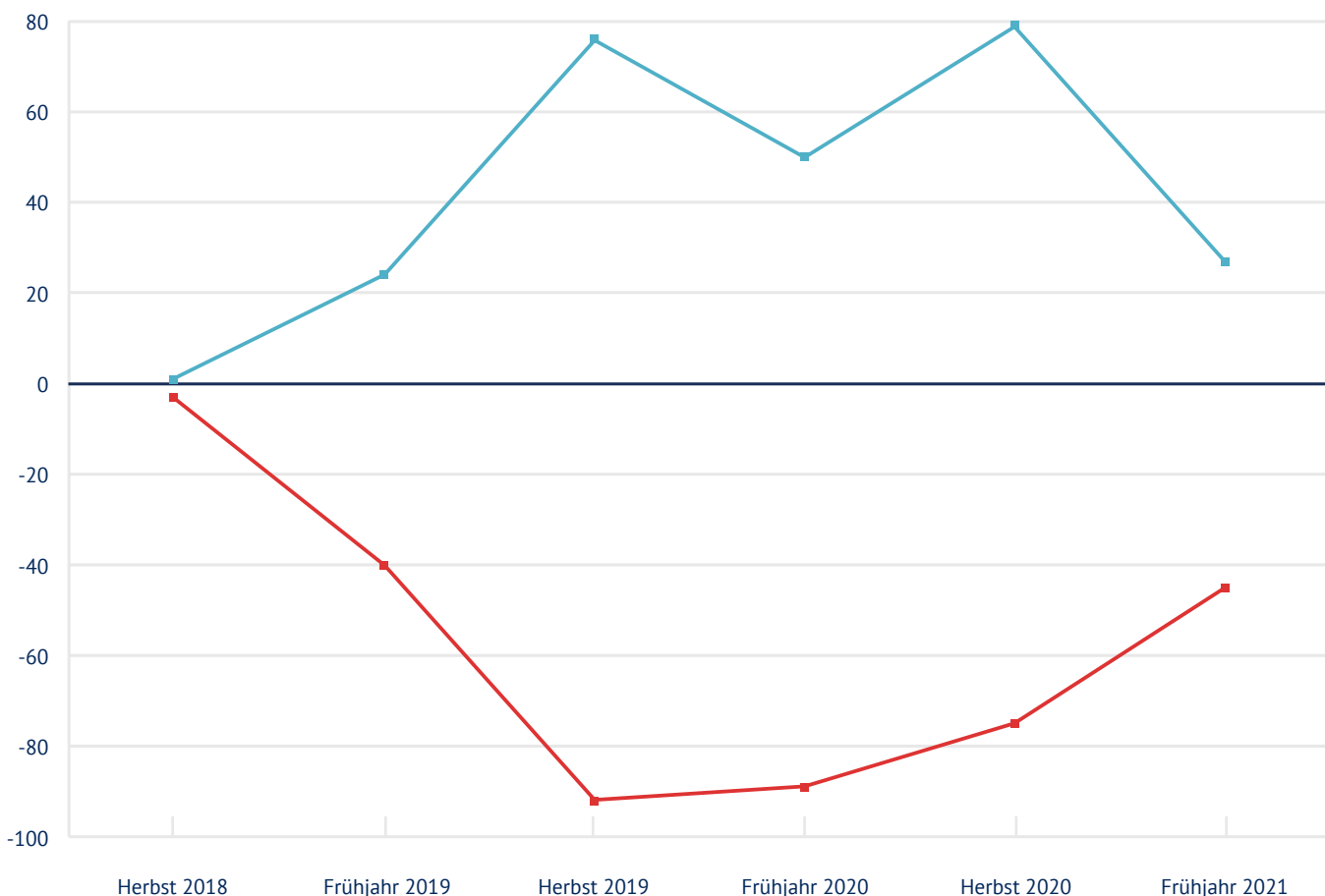
Die Krise zeigt sich auch im Bestandsgeschäft: Es gibt weiterhin deutlich mehr Rating-Downgrades als -Upgrades und mehr Covenant-Brüche. Immerhin ist die Dynamik gebremst: Die Zahl der Firmenkundenbetreuer, die eine unveränderte Qualität des Portfolios beobachten, ist ebenso gestiegen wie die Zahl derer, die nicht mehr Covenant-Brüche als im vorigen Halbjahr erleben.

Allerdings ist die Entwicklung ungebrochen: Seit Beginn unserer Befragung wird die durchschnittliche Bonität der Firmenkunden von Halbjahr zu Halbjahr immer schlechter und es gibt immer mehr Covenant-Brüche. Und die Zahlen von 2020 dürften noch gar nicht in allen Fällen vorliegen. Wir sind also mehr als gespannt, ob die nächste Befragung wieder eine Trendbeschleunigung ergibt.

Das Portfolio verschlechtert sich immer weiter

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

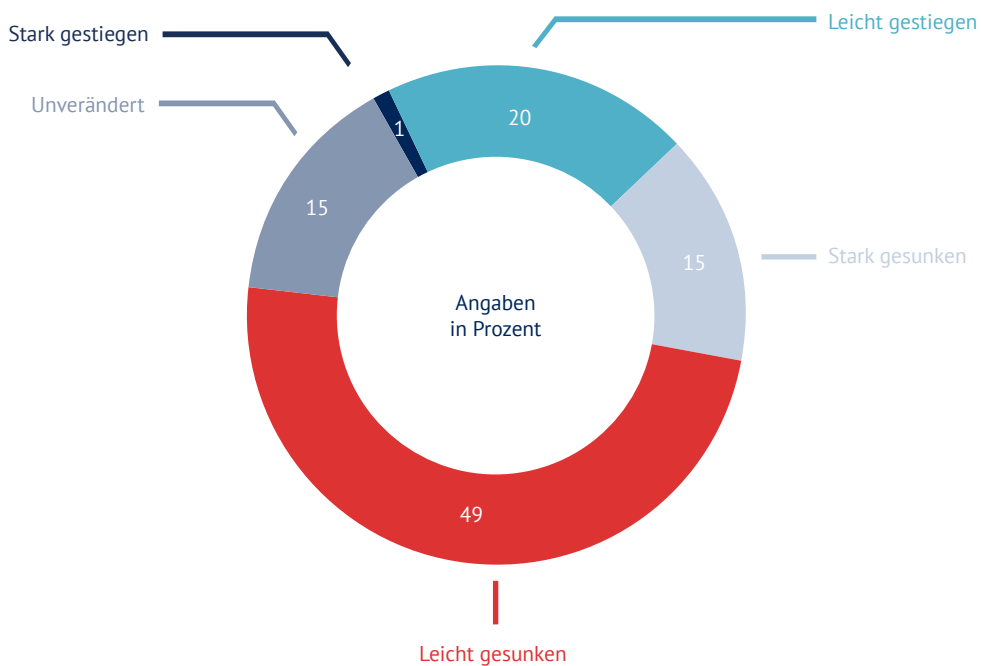
● Rating-Veränderungen ● Covenant-Brüche



WO BLEIBEN DIE INVESTITIONEN?

Die vorherige Umfrage hatte einen starken Einbruch der Investitionen aufgezeigt. Das kam nicht unerwartet. Dieser Einbruch hat sich mit nachlassender Dynamik fortgesetzt. Das könnte man noch bedenkenlos der Krise zuschreiben, wenn da nicht der mittelfristige Trend wäre: Nur im Herbst 2018 beobachteten die Firmenkundenbetreuer im Saldo steigende Investitionen bei ihren Kunden. Seit zwei Jahren wird gespart. Das ist in einer Phase, in der viele Unternehmen vor einer tiefgreifenden Transformation stehen, durchaus ein Alarmsignal.

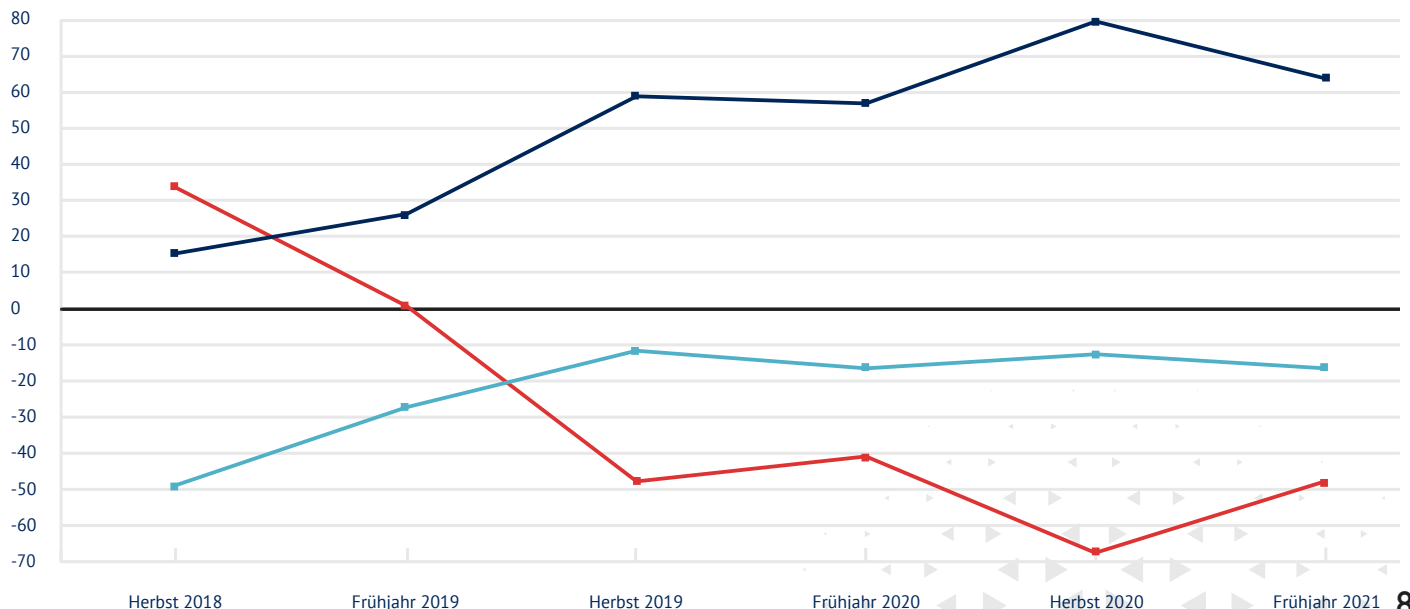
Die Kunden sparen (sich tot?)



Seit zwei Jahren wird immer weniger investiert

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

● Leicht oder stark gesunken ● Leicht oder stark gestiegen ● SALDO Angaben in Prozent



SCHWERPUNKTTHEMA KRISE

Die Pandemie schafft keine neue Wirklichkeit, sie verstärkt eher die schon bestehenden Trends. Das gilt für die Strategie der Firmenkundenbanken genauso wie für die Rolle des Staates oder das Zusammenwirken von Banken und Debt Funds. Wir haben unsere Firmenkundenbetreuer zu ihrer Meinung befragt, wie die Krise sich in verschiedenen Feldern auswirkt.

GUT FÜR DEN RUF, SCHLECHT FÜR DIE MARKTWIRTSCHAFT

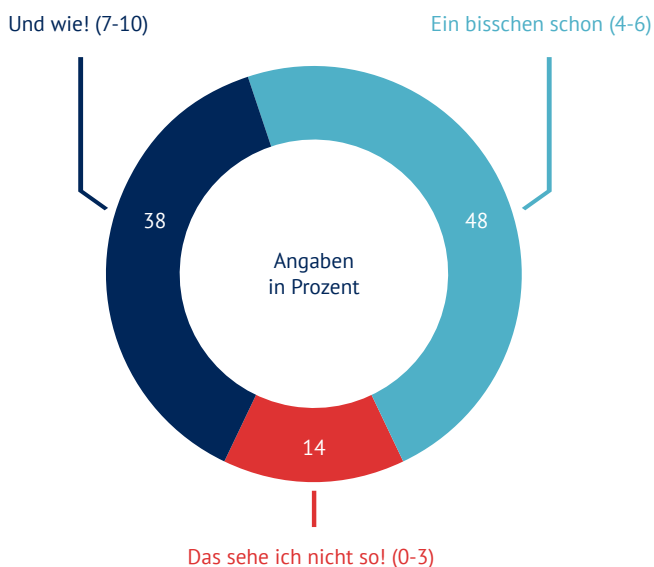
Spätestens seit der Finanzkrise kämpfen die Banken um ihren guten Ruf. In der Krise haben sie sich – grosso modo – als sehr verlässliche Partner ihrer Firmenkunden erwiesen. Auch die Firmenkundenbetreuer sind davon offensichtlich überzeugt und sehen darin einen Gewinn für das Image der Branche: Nur einer von sieben Befragten glaubt gar nicht daran, dass sich die Reputation der Banken durch ihr Verhalten in der Krise verbessert hat.

In der Bekämpfung der Pandemie hat der Staat eine wichtige Rolle eingenommen – auch in der Finanzierung kriselnder Unternehmen. Dieser Trend hat nicht mit der Krise begonnen, sondern ist seit etlichen Jahren intakt. Zwei von fünf Firmenkundenbetreuern glauben fest daran, dass die Krise ein Katalysator für eine dauerhaft wichtigere Rolle des Staates in der Unternehmensfinanzierung ist.

Die Krise hilft dem Image

» „Die Banken haben ihre Reputation durch ihr Verhalten in der Krise deutlich verbessert.“

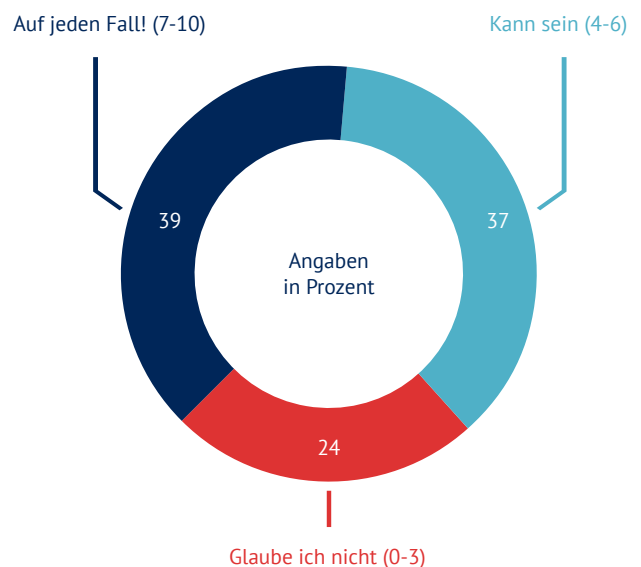
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



Der Staat kam – und bleibt

» „Durch die Krise wird der Staat dauerhaft eine größere Rolle als bislang in der Unternehmensfinanzierung spielen.“

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



KUNDE SUCHT (NEUE) BANKEN

Platz für den Staat machen die Banken vielleicht sogar freiwillig: Schon vor der Krise war zu beobachten, dass etliche Banken ihr Portfolio durchflöhten und genauer als früher hinschauten, mit welchen Kunden sie eigentlich Geld verdienen oder wo sie zumindest eine Perspektive sehen. Das wird sich nach der Überzeugung der Befragten beschleunigt fortsetzen: Über drei Viertel glauben, dass die Krise zu einem noch rascheren Rückzug der Banken aus bestimmten Branchen und Risikoklassen führen wird.

Nun ist gegen eine Fokussierung in einem überbesetzten Bankenmarkt grundsätzlich nichts einzuwenden. Dumm nur, wenn sich alle Häuser von denselben Gruppen verabschieden: den schwachen Bonitäten und den Sorgen-Branchen. Immerhin setzen viele der befragten Firmenkundenbetreuer doch darauf, dass ihnen der Rückzug einiger Häuser die Gelegenheit verschafft, Neukunden an Bord zu holen. Besonders optimistisch sind die Sparkassen-Vertriebler, während ihre Kollegen bei den großen Schwestern sich das am wenigsten vorstellen können: Die Landesbanken liegen weit abgeschlagen hinten.

Banken geben Kunden frei ...

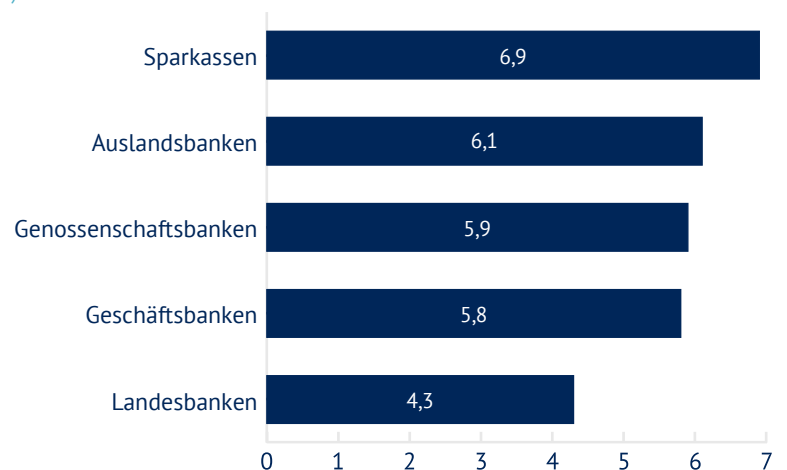
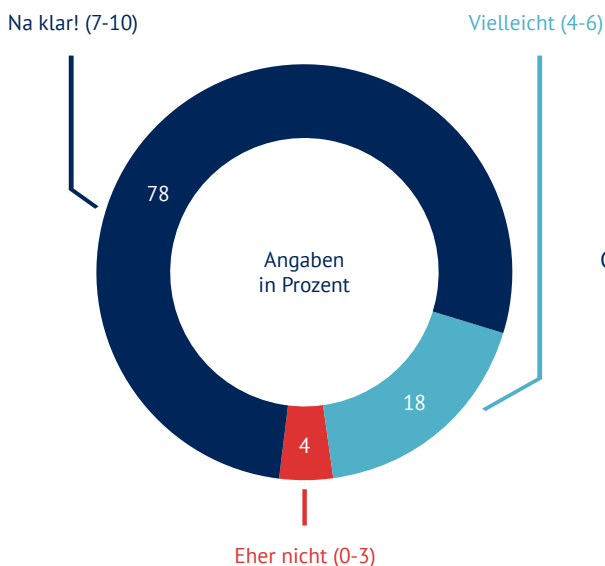
» „Einige Banken werden sich durch die Pandemie rascher als geplant aus bestimmten Branchen und Risikoklassen zurückziehen.“

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

... aber die Landesbanken nehmen sie nicht

» „Ich sehe Chancen, Kunden zu gewinnen, bei denen sich andere Banken zurückziehen.“

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



STILLE IN DER SANIERUNG, HELFER AN DER HAND

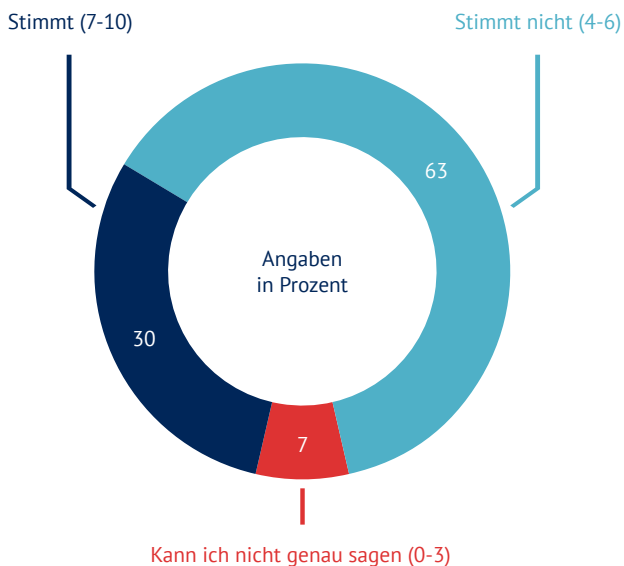
Die vorherige Befragung hat ergeben, dass Firmenkundenbetreuer für die nächsten zwei Jahre mit einer ordentlichen Auslastung ihrer Sanierungsabteilungen rechnen. Bisher ist dort zwar mehr los als in den vergangenen Jahren, aber es ist immer noch überraschend ruhig, wie aus verschiedenen Banken zu hören ist. Das bestätigt auch unsere Umfrage: Zwei Drittel haben in den zurückliegenden zwölf Monaten nicht mehr Kunden an die Sanierungsabteilung abgegeben als in den Jahren zuvor. Das heißt allerdings nicht unbedingt, dass es kaum mehr kritische Fälle im Portfolio gibt. Unter der Hand hören wir, dass in einigen Häusern durchaus systematisch Kunden im Weißbereich gehalten werden, die früher bereits durchgereicht worden wären.

Mit den meisten Kunden wollen die Banken auch durch schwierige Zeiten gehen. Andere wiederum wollen sie – siehe die vorherige Seite – auch ganz gern abgeben. Das kann für die Kunden ziemlich hässlich werden, wenn es überstürzt erfolgt und keine Anschlusslösung präsentiert wird. Eine solche Lösung könnten Debt Funds sein, die auch an schwächeren Risiken Interesse haben und in Deutschland händelnd nach Engagements außerhalb des engen LBO-Markts suchen. Überzeugt davon, dass die Krise Banken und Debt Funds enger zusammenführt, sind aber nur drei von zehn Firmenkundenbetreuer. Ein Viertel glaubt dagegen gar nicht daran.

Kaum mehr los im Workout

» „Ich habe in den vergangenen zwölf Monaten deutlich mehr Kunden an Intensive Care abgeben müssen als in den vorherigen Jahren.“

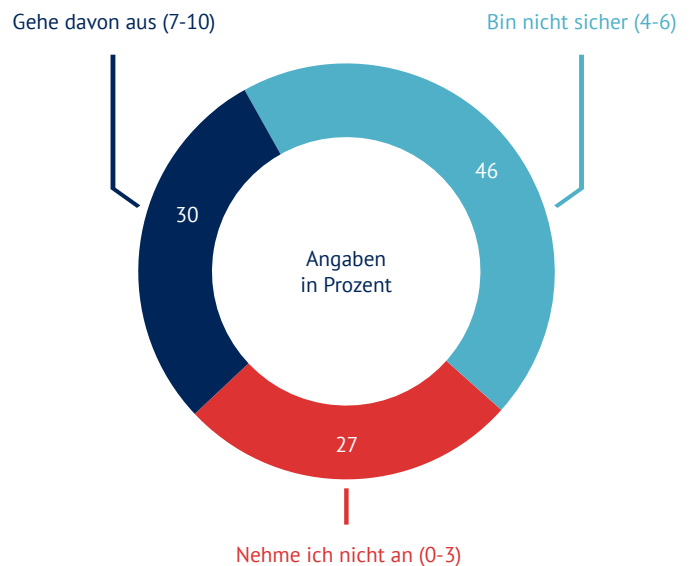
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



Debt Funds könnten Freunde werden

» „Corona wird die Zusammenarbeit zwischen Banken und Debt Funds beschleunigen, weil Letztere Risiken nehmen, die Erstere nicht mehr haben wollen.“

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



GREENSILL-EFFEKT KÖNNTE BANKEN HELFEN

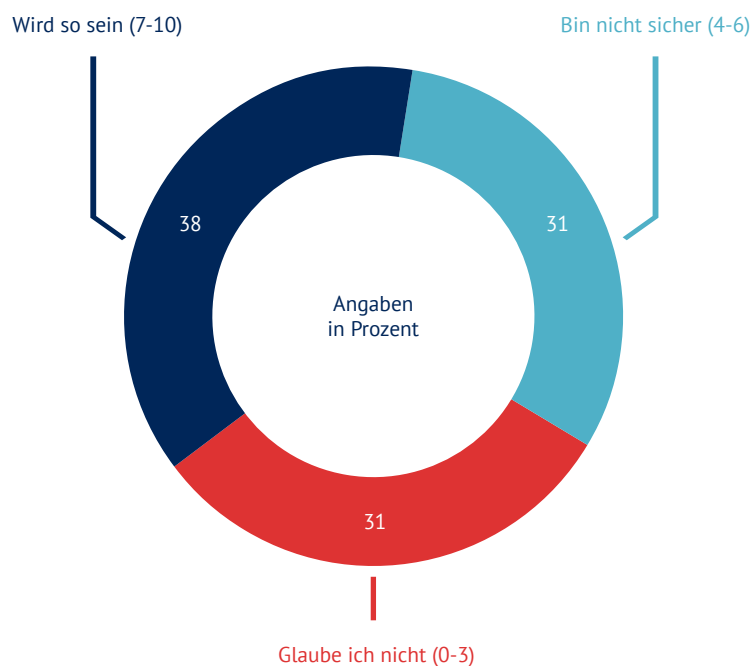
Die Lieferkette ist durch die Pandemie ganz oben auf der Agenda vieler Unternehmen gelandet. Damit einhergehend hat auch das Thema Supply Chain Finance enorm an Fahrt aufgenommen. Die meisten Beobachter sind sich einig, dass die Zukunft in diesem Wachstumsmarkt den Plattformen gehört. Mit der Affäre um die Greensill Bank, die mit Supply Chain Finance in die Schlagzeilen geraten ist, könnten die Karten in diesem Markt neu gemischt werden.

Der Wettbewerb bei den Plattformen findet zwischen Anbietern statt, die entweder die Banken überflüssig machen wollen oder aber auf eine Kooperation mit ihnen setzen. Hier könnte die Greensill-Pleite in den Augen etlicher Befragter die Spielwiese verändern: Eine relative Mehrheit geht davon aus, dass das Vertrauen in bankenunabhängige Refinanzierungen so gelitten hat, dass die Kunden eine Plattform mit Bankenfinanzierung vorziehen. Nur drei von zehn glauben daran gar nicht.

Nur gekaufte Zeit

» Die Unruhe um Greensill wird dazu beitragen, dass die Kunden bei Plattformlösungen eine Finanzierung über Banken bevorzugen.«

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



SCHWERPUNKT NACHHALTIGKEIT

Der Megatrend Nachhaltigkeit hat die Finanzbranche voll im Griff. Das gilt nicht nur für die institutionellen Investoren, sondern auch für die Banken. Das Firmenkundengeschäft ist ebenfalls infiziert – kaum ein Haus, das die Karte ESG nicht nachhaltig auszuspielen versucht. Viele hoffen sogar auf das ganz große Geschäft. Und auch über die Hälfte der von uns befragten Firmenkundenbetreuer glaubt, dass Banken mit einer Stärke in nachhaltiger Finanzierung mehr Neugeschäft machen werden als andere. Nur jeder Neunte ist der Ansicht, dass Nachhaltigkeit rasch ein Commodity-Produkt wird und damit den Wettbewerbsvorteil einbüßt. Ungewöhnlich viele Befragte sind allerdings unsicher: Ein Drittel traut sich kein Urteil zu.

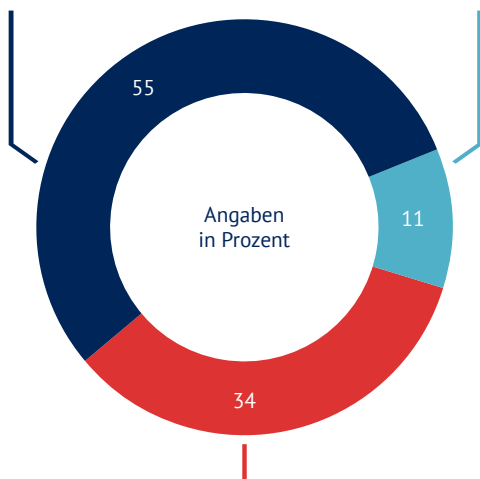
Egal was die Banken denken, vor allem muss natürlich der Kunde mitspielen. Fast ein Drittel der von uns befragten Firmenkundenbetreuer registriert bei den meisten Kunden kein nennenswertes Interesse am Thema Nachhaltigkeit. Über die Hälfte sieht dagegen die Bereitschaft durchaus, aber die Kunden wollen für Nachhaltigkeit nicht mehr bezahlen. Nur wenige denken, dass ihre Kunden den mit dem Thema Nachhaltigkeit verbundenen höheren Aufwand scheuen. Und immerhin jeder Zehnte beobachtet, dass die Mehrzahl der Kunden ganz unabhängig von Kosten und Mühen auf jeden Fall nachhaltig finanzieren will. Da die Kosten für nachhaltige Finanzierungen absehbar nicht mehr über „normalen“ Finanzierungen liegen und perspektivisch sogar günstiger sein dürften, steht einem rasanten Marktwachstum eigentlich nichts mehr im Wege.

Wer nachhaltig kann, ist im Vorteil

» „Werden nachhaltige Finanzierungen den Bankenmarkt verändern?“

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

Ja, wer hier gut aufgestellt ist, kann künftig deutlich mehr Neugeschäft machen.



Das kann ich nicht genau sagen.

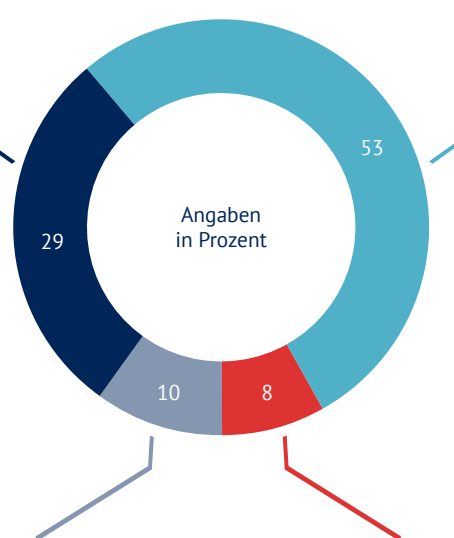
Nein, nachhaltige Finanzierungen werden rasch ein Commodity-Produkt.

Aber bloß nicht teurer sein!

» „Welches Interesse an nachhaltigen Finanzierungen beobachten Sie bei Ihren Kunden?“

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

Die meisten interessieren sich kaum für nachhaltige Finanzierungen.



Die meisten wollen auch unabhängig von Kosten und Aufwand nachhaltig finanzieren.

Die meisten wollen nachhaltig finanzieren, aber es darf nicht mehr kosten.

Die meisten wollen nachhaltig finanzieren, aber es darf nicht mehr Arbeit verursachen.

DIE GRETCHENFRAGE: WHAT DIFFERENCE DOES IT MAKE?

Wenn der Markt für nachhaltige Finanzierungen also rasant wächst, bleibt nur noch eine – aber extrem wichtige – Frage zu beantworten: Macht es irgendeinen Unterschied? Damit Nachhaltigkeit in der Finanzwelt mehr als ein Feigenblatt ist, muss sie nachweisbare Auswirkungen auf die Realwirtschaft haben. Darum haben wir die Firmenkundenbetreuer gefragt, ob sie der Ansicht sind, dass ihre Kunden operative Entscheidungen anders treffen, nur weil sie eine nachhaltige Finanzierung gewählt haben.

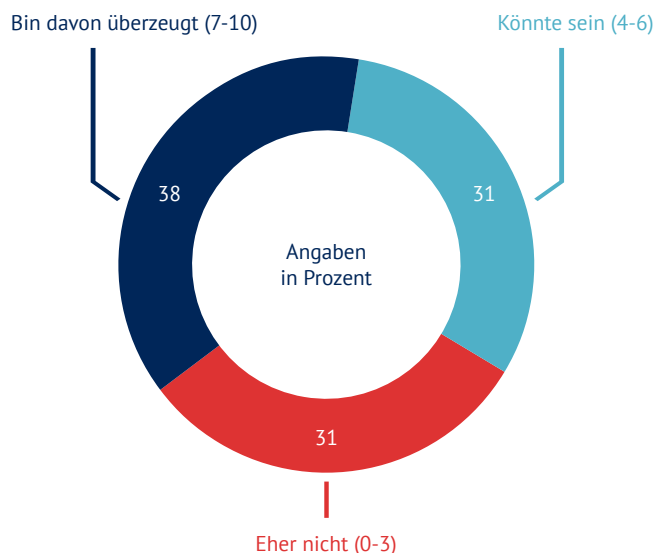
Das Ergebnis ist durchaus ernüchternd. Nur gut ein Drittel zeigt sich überzeugt, dass nachhaltige Finanzierungen auch zu nachhaltigeren operativen Entscheidungen führen. Ein knappes Drittel zeigt sich eher unsicher, ein weiteres glaubt daran nicht. Das nährt die Befürchtung, dass ohnehin nur solche Projekte oder Unternehmen sich mit nachhaltigen Finanzierungen ausstatten, die ohnehin schon nachhaltige Vorhaben geplant hatten. Der vielfach beschworene lenkende Effekt des Finanzmarkts bliebe damit aus.

Doch vielleicht ist die lauwarmer Einschätzung auch nur der Skepsis der Senioren geschuldet. In der Befragung zeigt sich nämlich ein ausgeprägtes Gefälle entlang der Altersstruktur. Je jünger die Befragten, desto größer ist die Zuversicht, dass nachhaltige Finanzierungen tatsächlich etwas bewirken. Wollen wir hoffen, dass die Jugend Recht behält!

Nachhaltigere Kunden? Skepsis überwiegt

» „Meine Kunden werden nachhaltigere operative Entscheidungen treffen, weil nachhaltige Finanzierungen sie dazu ermuntern.“

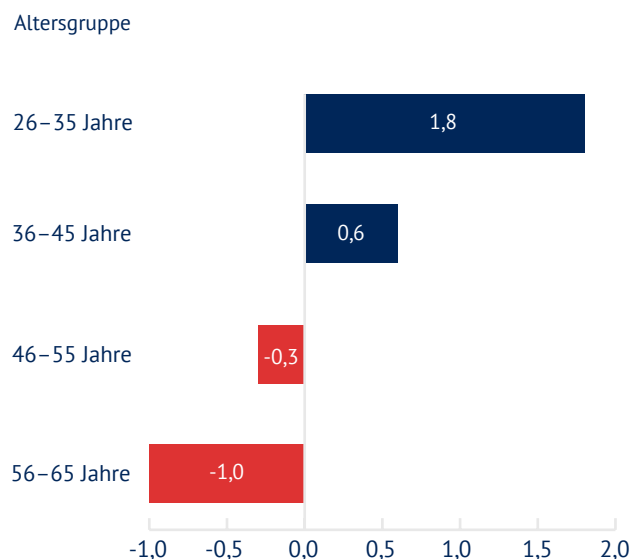
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



Die Jugend ist optimistisch!

» „Meine Kunden werden nachhaltigere operative Entscheidungen treffen, weil nachhaltige Finanzierungen sie dazu ermuntern.“

Abweichung zu den restlichen Befragten nach Altersgruppe
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



KOMMENTAR

WARUM SUPPLY CHAIN FINANCE BANKEN BRAUCHT

Die Greensill-Insolvenz hat das Thema Supply Chain Finance (SCF) in ein schlechtes Licht gerückt – zu Unrecht, denn Lieferantenfinanzierung ist per se ein extrem sicheres Asset. Elementar ist die Wahl der richtigen Partner: Kooperationen zwischen Banken und Fintechs sind hier im Vorteil. An ihnen liegt es nun, SCF transparent und flexibel zu gestalten, um das volle Potential mit Vorteilen für Abnehmer, Lieferanten und Finanzierungspartner auszuschöpfen.

SCF ist im Vergleich zu den meisten anderen Assetklassen im Markt mit wenig Risiko verbunden: Das liegt an der kurzfristigen Natur der Finanzierung, an der zumeist sehr guten Bonität der Schuldner, an der tiefen Geschäftsbeziehung zwischen Gläubiger (Lieferant) und Schuldner (Kunde). Dazu kommt der realwirtschaftliche Bezug zu einer konkreten Warenlieferung oder Dienstleistung. Die Korrelation zu anderen Anlageklassen ist minimal.

KERNBANKEN-PRINZIP STICHT

SCF ist also bei vielen Investoren ein begehrtes Asset, doch wie wird sich der Markt entwickeln? Da Kunden nicht nur technischen Komfort und Flexibilität erwarten, sondern zukünftig auch frei die Wahl des Finanzierungspartners sowie der Finanzierungsform bestimmen möchten, werden Fintech-Plattformen den SCF-Markt künftig dominieren. Doch Plattform ist nicht gleich Plattform und die Art und Weise der Einbindung von Banken ist entscheidend.

Die Refinanzierung des Forderungsankaufs ist von entscheidender Bedeutung für die Leistungsfähigkeit einer jeden Plattform. Eine direkte Refinanzierung ohne Verbriefung spart Kosten und Aufwand. Im Gegensatz zum Auktionsmodell oder zu SCF-Fonds bieten solche Plattformen am meisten Sicherheit für die Kunden, die eine Finanzierung durch diejenigen Banken arrangieren, die bereits mit dem Kunden in einer Geschäftsbeziehung stehen und bereit sind, den Kunden auch in Zukunft dauerhaft zu unterstützen. Eine intelligente Plattform sollte also SCF-Programme zwischen Banken und ihren bestehenden Kunden ermöglichen, um Transparenz und Finanzierungssicherheit für den Kunden und seine Lieferanten zu gewährleisten.



Markus Rupprecht
Gründer und CEO
Traxpay GmbH

✉ markus.rupprecht@traxpay.com

KOMMENTAR

UPDATE ZUM FINANZIERUNGSMARKT

Konditionen annähernd auf Vorkrisenniveau

Nach den Krisen von 2001 und 2008 hat es jeweils ungefähr zwei Jahre gedauert, bevor sich die Finanzierungsmärkte wieder erholt hatten. Die Erholung nach dem Corona-Schock ging jedoch viel schneller und hatte die viel beschworene V-Form. Im Schnitt sind die Konditionen wieder auf Vorkrisenniveau, die Wettbewerbsintensität zwischen Banken – und auch den alternativen Finanzierern – ist häufig höher als Anfang 2020. Einzelne Branchen sind davon zwar ausgenommen, das hat aber weniger mit der Pandemie zu tun als vielmehr den Geschäftsmodellen dieser Unternehmen.

Retail, Textil (und insbesondere in der Kombination Fashion Retail) und Automotive sind weiterhin keine einfachen Branchen für attraktive Finanzierungsstrukturen. Die Konditionen in diesen Branchen liegen deutlich über denen anderer Sektoren. Dabei geht es allerdings in vielen Fällen eher um die Frage des „ob“ als des „wie“: Viele Unternehmen erhalten schlicht gar keine Finanzierung mehr, auch keine sehr teure. Der einzige Ausweg: Der Staat springt über die KfW oder über Bürgschaften in die Bresche.

Bedeutung von ESG steigt weiter an

Derweil nehmen ESG-Finanzierungen an Bedeutung zu. Während die Auswirkungen von gutem oder schlechtem Verhalten im Sinne entsprechender ESG-Definitionen im letzten Jahr nur zu Margenänderungen im Bereich von 1 bis 2 Basispunkten führten, sehen wir jetzt 10 Basispunkte und mehr. Damit wird es für Kreditnehmer deutlich interessanter, sich mit ESG-Ratings zu beschäftigen.

Neben dieser „positiven“ Incentivierung sehen wir aber immer häufiger auch eine komplette Absage von Finanzierungen bestimmter Tätigkeiten. Unternehmen in der Kohlebranche sehen sich von immer mehr Banken und Versicherungen mit harten „Coal Policies“ konfrontiert, die ein Engagement ausschließen. Für diese Unternehmen wird es mit jedem Monat schwieriger, überhaupt noch Finanzierungspartner zu finden.



Dr. Johannes E. 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 E. 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.