

Neue Aufträge auf Vorkasse

Von der Order bis zum Zahlungseingang können gut und gern Monate vergehen. Das bindet Liquidität und kann somit Aufträge kosten. Doch hierfür gibt es eine Lösung

Unternehmen fertigen im Auftrag ihrer Kunden Waren und Güter. Nach Produktion und Lieferung zahlen diese die Rechnungssumme und das Geschäft ist abgeschlossen. Doch von Produktionsbeginn bis Zahlungseingang können Monate vergehen. In dieser Zeit laufen aber die Kosten weiter und zusätzlich müssen die Materialien für die Fertigung beschafft werden. Dieses zeitliche Auseinanderklaffen der Zahlungsströme kann zu Liquiditätsengpässen führen. Mit der Folge, dass unter Umständen Aufträge nicht angenommen werden können.

Um das zu vermeiden, bietet capFlow mittelständischen Unternehmen ab einem jährlichen Umsatzvolumen von mehr als 5 Mio. Euro die Vorfinanzierung von Aufträgen an. Die angebotene Finanzierungslaufzeit beträgt zwischen einem und sechs Monaten und kann nach Prüfung der Unternehmensbonität innerhalb von drei Wochen dem Unternehmen zur Verfügung gestellt werden.

Mit diesem neuen bankenunabhängigen Finanzierungsmodell wird mittelständischen Betrieben ein flexibel einsetzbares Liquiditätsinstrument bereitgestellt, das es ermöglicht, die Herausforderung der zeitlichen Verfügbarkeit von Liquidität zu meistern sowie Umsatz und Gewinn zu steigern.

avm

Der bayerische Löwe brüllt hochdeutsch

BayernLB: Das Mittelstandsgeschäft ist eine tragende Säule der Bayerischen Landesbank. Hier will das Institut stark wachsen. Doch warum verschlägt es die Münchner ausgerechnet nach Düsseldorf?

Seit zwölf Monaten brüllt der Löwe von der Isar auch am Rhein. Anfang November 2010 eröffnete die Bayerische Landesbank (BayernLB) in Düsseldorf eine Niederlassung, um auch im mit etwa 18 Mio. Menschen bevölkerungsreichsten und mit einem BIP von über 540 Mrd. Euro wirtschaftlich stärksten Bundesland direkt präsent zu sein. Die Wirtschaftsstruktur des Landes ist mit über 723 000 kleinen und mittleren Betrieben stark mittelständisch geprägt. Sie erzielen 42 % der Bruttowertschöpfung zwischen Rhein und Weser.

Damit ist Nordrhein-Westfalen zweifellos ein interessanter Standort für die im Mittelstands-

geschäft wachstumsorientierten Münchner. Die BayernLB betreibt vom „Schreibtisch des Ruhrgebiets“ aus insbesondere das mittelständische Firmenkundengeschäft. Kein Wunder, denn im Land zwischen Rhein und Weser hat rund ein Viertel der von der BayernLB definierten mittelständischen Kundenzielgruppe ihren Sitz. Beste Voraussetzungen also, das Credo der Bank, mit ihren Kunden wachsen zu wollen, in die Tat umzusetzen. Jan-Christián Dreesen, für das Firmenkundengeschäft zuständiges Vorstandsmitglied, bekennt im Gespräch klar, dass die ehrgeizigen Expansionspläne der Münchner nicht allein „in der angestammten und wirtschaftlich hervorragenden Region Bayern“ zu errei-

chen sind, daher sei Düsseldorf ein willkommener Standort.

Die Bayern wollen ihren im Jahr 2009 eingeschlagenen Wachstumskurs im Mittelstandsgeschäft fortsetzen. Dabei fordert Brüssel mit Blick auf die erhebliche Schiefelage, in die die BayernLB in der Finanzkrise geraten war, ein Schrumpfen der Bank. „Wir sind in intensiven Gesprächen mit Brüssel. Der Bescheid der Wettbewerbskommission steht noch aus“, erläutert Dreesen in diesem Zusammenhang.

Abmagerungskur schlägt an

Die Bayern haben bereits einen Schrumpfkurs eingeleitet: Die Bilanzsumme der Gesamtbank ist seit Ende 2008 von 420 Mrd. Euro auf mittlerweile rund 300 Mrd. Euro zurückgefahren worden. „In Zeiten wachsender Anforderungen an die Eigenkapitalausstattung tut man gut daran, seine Bilanz nicht ausufern zu lassen“, erläutert Dreesen.

Die Bilanzsumme wird kleiner, doch gleichzeitig wächst die Bank in ihren Kerngeschäften. Sie baut Nicht-Kerngeschäftsfelder ab und trennt sich dabei unter anderem von nicht rentablen Töchtern und Randaktivitäten, wie Schiffs- und Flugzeugfinanzierungen. Die Kerngeschäftsfelder der Bank – das Firmenkundengeschäft, das Immobilien-Kundengeschäft sowie das Geschäft mit den Sparkassen – wurden gestärkt. „Wir konzentrieren uns auf das, was wir können“, bringt Dreesen den Kurs auf den Punkt.

Zu den Pfunden, mit denen die Bayern in Nordrhein-Westfalen wuchern, zählt zweifellos das mittelständische Firmenkundengeschäft, in dem die Bank von jeher Erfahrung besitzt. „Das Mittelstandsgeschäft ist Teil der DNA der BayernLB, so Dreesen. „Auch in schwierigen Zeiten haben wir uns hiervon nie gelöst.“ Schließlich stehe die Förderung der mittelständischen Wirtschaft im Landesbankgesetz. Dabei konzentrieren sich die Bayern auf den gehobenen Mittelstand mit einem Jahresumsatz ab 50 Mio. Euro. Das sei sinnvoll, so Dreesen, da die Landesbank – auch in NRW – nicht über ein engmaschiges Filialnetz verfügen werde. Im gehobenen Mittelstands-

Großkundengeschäft spiele die räumliche Entfernung keine primäre Rolle – anders als bei den kleinen und mittleren Betrieben, die von den örtlich und regional aufgestellten Sparkassen umfassend bedient würden. Besondere Chancen sieht die BayernLB bei großen mittelständischen Unternehmen – auch weil sie einen hohen Bedarf an Bankdienstleistungen hätten und für mehrere Bankverbindungen offen seien. „Die BayernLB will eine der Kernbanken sein“, sagt Dreesen.

Das Institut bietet im Firmenkundengeschäft die breite Palette von der kurzfristigen Betriebsmittelfinanzierung bis hin zu Langfristkrediten und Corporate-Finance-Dienstleistungen. In Kooperation mit der NRW-Bank, der Förderbank des Landes, und der KfW, der Förderbank des Bundes, schleust die BayernLB zudem zinsgünstige Gelder in den nordrhein-westfälischen Mittelstand.

Auch in Nordrhein-Westfalen steht die Bank den Unterneh-

men mit einer branchenorientierten Kundenbetreuung zur Seite. Sie zielt vor allem auf die in NRW wichtigen Bereiche, beispielsweise den Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilindustrie oder die Versorgungswirtschaft. Die Kundenbetreuer werden von Spezialistentams unterstützt, die einer interdisziplinären Abteilung – bestehend aus Volkswirten, Immobilienfachwirten und Ingenieuren – entstammen. Auf diese Weise lassen sich nach Dreesen aktiv Lösungen entwickeln, die dem individuellen Bedarf der Unternehmen gerecht werden.

Straffe Ergebnisvorgaben

Laut Dreesen bekennt sich die BayernLB nicht nur im Kernland Bayern klar zum Mittelstand als einer tragenden Säule ihres Geschäftsmodells. Auch für das zweite Kernland NRW ist dies das Postulat. Sie schreckt auch nicht der harte Wettbewerb in diesem Geschäftssegment. Im Gegenteil, ihre formulierten Ziele sind ambitioniert: Bis zum Ende des Jahres 2013 plant die Bank, ein Viertel aller Erträge im Direktgeschäft mit mittelständischen Unternehmen im wirtschaftsstarke NRW zu erlösen. Nach den erzielten Ergebnissen in den ersten zwölf Monaten der Präsenz am Rhein sieht sich der Firmenkundenchef für sein Haus auf gutem Weg: Ein Drittel der von der Bank in dieser Zeit insgesamt gewonnenen Neukunden entfallen nach Dreesen auf NRW. Auch beim Kreditvolumen weise das Wachstum eine überproportionale Entwicklung auf. Der Bankvorstand erwartet, dass sich die erfolgreiche Entwicklung weiter fortsetzen wird, auch wenn er die Neigung zu größeren Investitionen – aus Gesprächen in den Unternehmen – aktuell etwas zurückhaltender beurteilt.

Auf die Frage, ob es bald eine dritte Schwerpunktregion für die BayernLB geben wird, verweist Dreesen auf die Wichtigkeit dieser beiden Regionen. „Wir sind im Mittelstandsgeschäft bundesweit aktiv, aber eine weitere Niederlassung steht aktuell nicht zur Debatte“, sagt er und entschwindet mit einem freundlichen Lächeln zum nächsten Termin.

DIETER W. HEUMANN

Wachstum, Innovation, Unternehmensnachfolge, Gesellschafterwechsel, Turn-around

Eigenkapital schafft Freiraum

Die BayBG stärkt Jahr für Jahr die Eigenkapitalbasis von nahezu 100 Unternehmen

Eigenkapital. Beratung. Netzwerk. Für den Mittelstand.

BayBG

Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH

Telefon: 089 122280-172 · info@baybg.de · www.baybg.de
Königinstraße 23 · 80539 München



FOTO: BAYERNLB

„Das Mittelstandsgeschäft ist Teil der DNA der Bank.“

Jan-Christián Dreesen, Vorstand BayernLB