Markt
UND MITTELSTAND
Ausgabe 3/2008



Flüssig im Einkauf

Der Einkauf von Produktionsmaterial belastet die Liquidität. Doch die Kontokorrentlinien, die die Banken ihren Firmenkunden dafür einräumen, sind meistens knapp bemessen. Ein neues **Instrument zur Mittelstandsfinanzierung** sorgt für Entlastung.

Von Stefan Beste

Es gibt vermutlich nicht viele, die von der aktuellen Bankenkrise profitieren. Doch Clemens Wagner dürfte dazugehören. Der Münchner Unternehmer ist derzeit dabei, mit einem innovativen Finanzierungsprodukt für Mittelständler den Markt zu erschließen – da kommt ihm die momentane Zurückhaltung der Banken gerade recht.

Nötig hätte er sie vermutlich aber nicht. Denn das, was Wagner und sein Partner Thomas Vinnen ersonnen haben, hat durchaus das Zeug dazu, den Markt für Unternehmensfinanzierungen dauerhaft um eine neue Variante zu bereichern. Seit gut einem Jahr bieten die beiden Unternehmer ein Produkt an, das sie Finetrading nennen. Den Begriff haben sie sich schützen lassen.

Finetrading kommt bei der Wareneinkaufsfinanzierung zum Einsatz. Ähnlich wie beim Factoring wird dabei in die Kunden/Lieferanten-Beziehung ein dritter Teilnehmer eingeschaltet, der die finanzielle Seite des Handelsgeschäfts abwickelt. Der Finanzdienstleister sorgt dabei einerseits für die prompte Bezahlung der Ware und räumt andererseits seinem Kunden ein längerfristiges Zahlungsziel von maximal vier Monaten ein.

Auf diese Weise haben beide Seiten einen Nutzen: der Lieferant, dem die schnelle Begleichung seiner Rechnung garantiert wird. Und der Käufer, der ein neues Instrument an die Hand bekommt, mit dessen Hilfe er sein Working Capital günstig finanzieren und seine Liquidität nachhaltig verbessern kann.

„Gerade kleinere Mittelständler mit Umsätzen im einstelligen oder knapp zweistelligen Millionenbereich haben es zunehmend schwer, bei Banken die notwendigen Kredite zu bekommen“, weiß Eva Grimm um die Notwendigkeit eines solchen Angebots. Die Unternehmensberaterin aus Donaueschingen, die sich auf Finanzierung und Liquiditätsmanagement im Mittelstand spezialisiert hat, kennt die Sorgen vieler Unternehmer: „Vor allem, wenn Firmen zügig wachsen, kann es schnell eng werden.“

Über mangelnde Aufträge kann sich auch die Bossick Etikettendruck GmbH in Villingen-Schwenningen nicht beklagen. Das Unternehmen, das mit 35 Mitarbeitern rund fünf Millionen Euro Jahresumsatz erwirtschaftet, wächst zweistellig, und das seit Jahren. Dass genau das eines Tages zum Problem werden würde, hätte Geschäftsführer Arne Bossick nicht vermutet. Doch nachdem er mehrere Investitionen in neue Maschinen vorgenommen hatte, tat sich seine damalige Hausbank zunehmend schwer, ihm weitere Kreditlinien zur Verfügung zu stellen. Frei nach der Devise: Jetzt seht erst mal zu, dass ihr von dem geliehenen Geld wieder was reinholt. „Eine weitere betriebsmittelorientierte Hilfestellung wurde uns zum falschen Zeitpunkt durch die damalige Hausbank verwehrt, was

letztlich auch die Ausnutzung gegebener Wachstumschancen einschränkt“, erinnert sich Bossick.

Das Angebot der WCF kam in dieser Situation wie gerufen. Einen Großteil des Einkaufsvolumens bei seinem Hauptlieferanten finanziert Bossick inzwischen mithilfe des Finetradings. 100 000 Euro hat er dafür zur Verfügung, die er variabel nach seinen Bedürfnissen einsetzen kann. „Gerade für Unternehmen wie das unsere, deren Materialeinsatz relativ hoch ist, lohnt sich das“, sagt der 38-Jährige.

Die Idee für Finetrading verdanken die WCF-Gründer Vinnen und Wagner einer Studie aus dem Jahr 2002, in der nachgewiesen wurde, dass nur wenige Unternehmen im Wareneinkauf Skonti nutzen, obwohl diese regelmäßig angeboten werden. Die Autoren beklagten damals, dass viele Einkäufer diese attraktive Möglichkeit der Kostensenkung ungenutzt lassen würden, da sie aufgrund ihrer angespannten Liquidität ihre Rechnungen oftmals erst sehr spät zahlen.

Dieses brachliegende Potenzial machen sich Vinnen und Wagner zunutze. Dazu fungiert WCF als eine Art Zwischenhändler. „Wir kaufen im Namen des Kunden die Ware und reichen sie an ihn weiter“, erläutert Wagner. „Gleichzeitig sorgen wir für die sofortige Bezahlung der Rechnung.“ Der Effekt, den WCF auf diese Weise erzielt, ist verblüffend: Im Idealfall profitieren tatsächlich alle drei Seiten von dem Geschäft.

> Der Lieferant erhält sein Geld sofort bei Lieferung der Ware.
> Dadurch ist er in der Lage, Skonti zu gewähren. Das ist die Gebühr, die WCF für seine Dienstleistung im ersten Monat einbehält. Dazu kommen gegebenenfalls weitere Stundungsgebühren.
> Der Käufer kann gegenüber seinem Lieferanten die prompte Bezahlung der Rechnung garantieren und stärkt dadurch seine Verhandlungsposition.



Finetrading lohnt sich besonders für Unternehmen, deren Materialeinsatz relativ hoch ist.

Arne Bossick, Geschäftsführender Gesellschafter Bossick Etikettendruck GmbH

> Zusätzlich erhält er vier Monate Zeit, um seine Rechnung zu begleichen. Dadurch gewinnt er an Flexibilität beim Management seines Working Capitals und schont seine Liquidität.

Die Kosten für die Kunden sind überschaubar. Der erste Monat ist umsonst, da WCF hier lediglich das Skonto in Anspruch nimmt. Lässt sich der Kunde mit dem Bezahlen länger Zeit, werden zusätzlich Stundungsgebühren fällig, die gestaffelt nach Dauer etwa zwischen 0,5 und 1,75 Prozent pro Monat betragen und taggenau abgerechnet werden. „Die genauen Konditionen sind Verhandlungssache und richten sich unter anderem nach Bonität und Umsatzvolumen“, sagt Wagner.

Die Summe, die WCF seinen Kunden für den Einkauf der Waren einräumt, ist allerdings begrenzt. Um das eigene Risiko so gering wie möglich zu halten, schließt das Unternehmen für jeden seiner Kunden eine Kreditversicherung ab. Deren Obergrenze ist gleichzeitig das Limit. „Unsere eigens entwickelte Software sorgt bei der Abwicklung der Aufträge automatisch dafür, dass dieser Betrag niemals überschritten werden kann“, erläutert WCF-Chef Wagner.

Für die Kunden wird dieser Nachteil allerdings teilweise aufgehoben durch die Möglichkeit, die Linie revolvierend immer wieder einzusetzen. „Wenn man das geschickt ausnutzt, kann man im Laufe eines Jahres ein Vielfaches des Limits über Finetrading finanzieren“, erläutert Unternehmensberaterin Grimm.

Auch die Befürchtung, dass die Beziehung von Kunden und Lieferanten beeinträchtigt werden könnte, vermag Wagner zu zerstreuen. Der Kunde sucht sich nach wie vor die Ware bei seinem Lieferanten selber aus und verhandelt die Konditionen. Auch die Lieferung erfolgt auf direktem Weg. Lediglich der Schrift- und Zahlungsverkehr läuft über WCF. „Langjährige Kontakte werden nicht gestört“, versichert Wagner. Im Gegenteil: Durch die Zusicherung einer schnellen Zahlung könne sich das Verhältnis der Geschäftspartner vielfach sogar verbessern.

Erst nach Abschluss der Verhandlungen kommt WCF ins Spiel. Der Lieferant schickt sein Angebot an den Finanzdienstleister, der es sich vom Kunden bestätigen lässt. Daraufhin bestellt WCF die Ware, die direkt an den Kunden geliefert wird. Die Finetrading-Gesellschaft veräußert sie unter Gewährung eines Lieferantenkredits an den Kunden und bezahlt die Lieferung innerhalb der Skontofrist, nachdem der Kunde ihren ordnungsgemäßen Erhalt bestätigt hat. Daraufhin schickt WCF eine Rechnung über den vollen Betrag an den Kunden, wobei sie ihm ein Zahlungsziel von vier Monaten gewährt. Das Skonto verbleibt bei WCF.

Der Kunde hat nun ausreichend Zeit und kann frei entscheiden, wann er die Rechnung bezahlt. Die Stundungsgebühren werden taggenau berechnet. „Das funktioniert im Grunde genau so reibungslos wie ein Kontokorrentkredit“, bestätigt Druckereibesitzer Bassick.

Das Angebot überzeugt auch den Vorstand und Gründer der Trickes Mineralguss AG, Norbert Trickes. Das Unternehmen aus Efringen-Kirchen, Baden-Württemberg, produziert Maschinenteile aus Mineralguss. Der Markt für diese Produkte ist in den letzten Jahren schnell gewachsen, sagt Trickes. Für das Unternehmen bedeute das ständig steigenden Liquiditätsbedarf, der zeitweise sprunghaft ansteige, wenn Trickes größere Harzmengen oder Einbauteile einkaufen

Markt
UND MITTELSTAND
Ausgabe 3/2008

muss. „Banken tun sich aber in der Regel schwer damit, flexibel und ohne aufwendiges Prüfverfahren dem Liquiditätsbedarf zu folgen“, sagt der 63-Jährige.

Über eine E-Mail-Werbung wurde Trickes auf das Finetrading-Angebot aufmerksam. Mittlerweile wickelt er einen ansehnlichen Teil des Materialeinkaufs über dessen Linien ab. Die Position des Unternehmens gegenüber Lieferanten sei dadurch eindeutig gestärkt, berichtet Trickes: „Gelegentlich werden wir sogar ausdrücklich gebeten, das Geschäft über WCF abzuwickeln.“ Zudem ermögliche es die zusätzliche Liquidität, Marktchancen aktiv zu nutzen und beispielsweise über größere Einkaufsmengen die Preise zu senken. „Schon dieser Vorteil macht Finetrading auch für kerngesunde Unternehmen wie das unsere interessant“, versichert Trickes. Für ihn ist es darum auch keine Frage, dass sich das Angebot durchsetzen wird. „Die Banken sind viel zu schwerfällig. Da ist es gut, dass es Tüftler gibt, die solche Marktlücken entdecken und daraus ein neues Produkt kreieren.“ «

> *Gerade kleinere Mittelständler haben es zunehmend schwer, ihren Liquiditätsbedarf über Banken zu decken.*
>
> Eva Grimm, Unternehmensberaterin

stefan.beste@marktundmittelstand.de



Hoher Materialbedarf: Gießereiunternehmer Norbert Trickes setzt im Einkauf auf moderne Finanzierungsinstrumente.

Finetrading

Die zwölf Schritte

1. Rahmenvertrag Käufer und Finanzierer schließen eine Rahmenvertrag. Daraufhin überprüft der Finanzierer die Bonität des Kunden und erteilt ein Limit, das die maximale Höhe der Außenstände festschreibt.

2. Information Der Käufer informiert seine Lieferanten über das Geschäft und handelt die Konditionen der Warenlieferung aus.

3. Angebot Der Lieferant unterbreitet dem Finanzierer ein Angebot auf Basis der zuvor ausgehandelten Konditionen.

4. Bestätigung Der Finanzierer lässt sich von dem Käufer mittels einer Abruferklärung das Angebot bestätigen.

5. Angebotsannahme Der Finanzierer nimmt das Angebot des Lieferanten an. Es entsteht ein Kaufvertrag zwischen dem Finanzierer und dem Lieferanten.

6. Kaufvertrag Durch die Annahme des Kundenabrufformulars entsteht ein weiterer Kaufvertrag zwischen dem Finanzierer und dem Käufer.

7. Warenlieferung Der Lieferant liefert die Ware direkt an den Käufer.

8. Eingangsbestätigung Der Käufer bestätigt dem Finanzierer den ordnungsgemäßen Erhalt der Ware.

9. Rechnungsstellung Der Lieferant stellt dem Finanzierer die Rechnung.

10. Bezahlung der Ware Nach Erhalt der Eingangsbestätigung und der Rechnung zahlt der Finanzierer den Kaufpreis abzüglich des Skontobetrags an den Lieferanten.

11. Rechnung an den Käufer Der Finanzierer stellt eine Rechnung an den Käufer mit einem Zahlungsziel von 120 Tagen

12. Rückzahlung binnen 120 Tagen Der Käufer zahlt innerhalb des vereinbarten Zahlungsziels von 120 Tagen die Rechnung an den Finanzierer.