

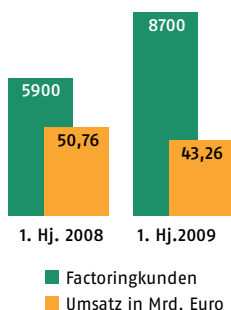
Lukrative Dreiecksbeziehung

Factoring In der Krise ist der Forderungsverkauf eine beliebte Strategie, um liquide zu bleiben. Weil die Umsätze sinken, buhlen die Anbieter nun auch um kleinere Kunden aus dem Mittelstand.

Text **Cornelia Hefer** Infografik **Thomas Di Paolo**

Mehr Kunden, weniger Umsatz

Die Anzahl der Factoringkunden stieg nach Verbandsangaben im ersten Halbjahr 2009 um 47 Prozent: von 5900 auf 8700. Der Factoringumsatz sank dagegen um 14,5 Prozent auf 43,26 Milliarden Euro.



Quelle: Deutscher Factoring Verband

Warten kostet nicht nur Nerven, sondern im betrieblichen Alltag auch viel Geld. Gerade in der Wirtschaftskrise, wenn Aufträge zurückgehen, die Kunden nur schleppend oder gar nicht zahlen, wird das für kleinere und mittlere Betriebe schnell zur finanziellen Bedrohung. Gerät durch die Flaute die Liquidität des Betriebs in Gefahr, stellt der Verkauf der eigenen Forderungen eine gute Alternative zum klassischen Bankkredit dar. Anstelle der Kreditinstitute zahlt die Factoring-Gesellschaft in der Regel innerhalb von 48 Stunden bis zu 80 Prozent des ausstehenden Rechnungsbetrags an seinen Kunden aus. Offene Forderungen werden so sofort beglichen.

„Alternative Finanzierungsinstrumente wie Factoring verbessern die Eigenkapitalquote und sorgen für eine höhere Bonität der Firma. Das hat direkt positive Konsequenzen für das Rating“, sagt Mittelstandsberater Jürgen Herzig, Geschäftsführer von Finance Relations Management. Als weiterer Pluspunkt beim Rating gilt, dass die Kunden das Ausfallrisiko, wenn Kunden Rechnungen nicht zahlen, an die Factoringgesellschaft abtreten können (siehe Kasten).

Factoren deutlich flexibler

Im Krisenjahr 2009 hat die Factoring-Branche nach Angaben des Deutschen Factoring-Verbands ihre Kundenzahl fast um ein Drittel erhöht. Trotz des boomenden Neugeschäfts kämpfen die Gesellschaften aber mit Umsatzeinbrüchen. Das Forderungsvolumen sank von 104 Milliarden Euro auf 85 Milliarden im 1. Halbjahr 2009.

Für interessierte Unternehmen bringt das Vorteile: Die Gesellschaften müssen ihre Umsatzrückgänge in angestammten Branchen wie Automotive oder Maschinenbau kompensieren und

→ Factoring

Anbieter finden

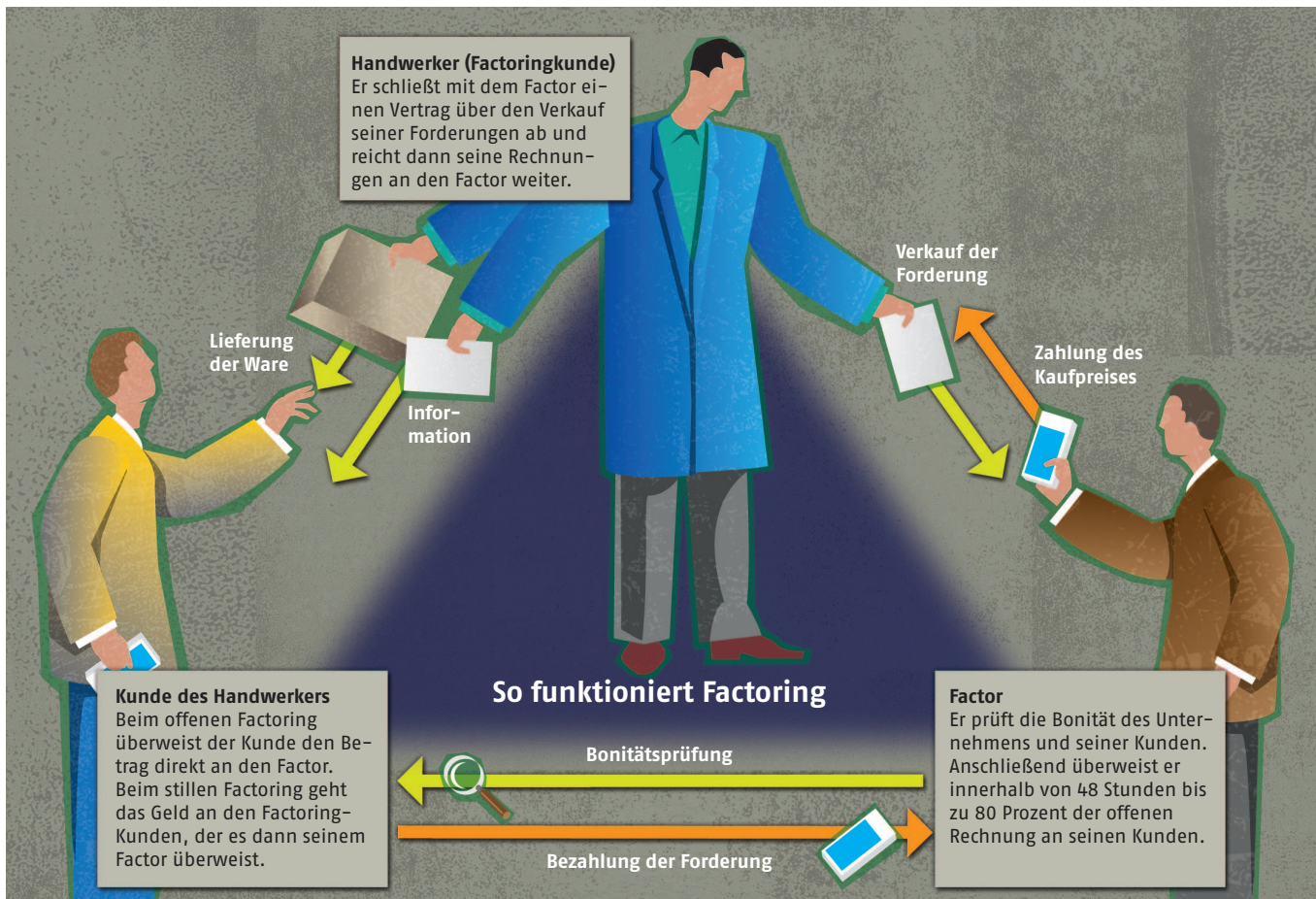
Seit 2008 müssen die Gesellschaften von der Bundesfinanzaufsicht (Bafin) zertifiziert werden: Die Factoring-Varianten der Anbieter im Überblick.

Full-Service-Factoring. Dieses Angebot ist nach Angaben des Bundesverbandes Factoring für den Mittelstand (BMF) am gängigsten. Das Unternehmen verkauft Forderung und Ausfallrisiko und lagert gleichzeitig die Debitorenbuchhaltung aus.

Echtes und unechtes Factoring. Im Full-Service-Factoring sind verschiedene Wege möglich. Beim echten Factoring verkaufen Betriebe neben Forderungen auch das Ausfallrisiko. Die meisten Firmen informieren ihre Kunden hier vorab, sie wählen damit das offene Factoring. Bei Zahlungsverzögerungen oder Ausfällen tritt der Factor als Inkassobeauftragter in Aktion. Beim unechten Factoring bleibt dagegen das Haftungsrisiko beim Kunden.

Stilles Factoring. Diese Form ist für Unternehmen interessant, die bereits finanzielle Engpässe überstanden haben und ihre Kunden nicht verunsichern möchten. Gerade für diese Betriebe ist es aber nicht einfach, einen geeigneten Factor zu finden, da die Anbieter auch die Bonität und die Eigenkapitalsituation ihrer Interessenten analysieren.

Inhouse-Factoring. Die Buchhaltung und Inkasso bleiben hier im Unternehmen, Forderungen und Ausfallrisiken reicht der Betrieb an den Factor weiter. Der Vorteil: Den Kunden bleiben ihre bekannten Ansprechpartner erhalten, der Betrieb kann so mit mehr Fingerspitzengefühl vorgehen.



werden beweglicher. Sie gehen verstärkt auf Kunden aus dem Mittelstand zu. „Das Factoring-Geschäft ist in der Rezession deutlich kleinteiliger geworden. Die Anbieter haben die Umsatzgrenzen für Kunden aus dem Mittelstand gesenkt. Factoring ist heute bereits ab 100 000 Euro Jahresumsatz möglich“, sagt Alexander Mosechus vom Deutschen Factoring-Verband. „Die Anbieter stellen sich breiter auf. Heute liegt das Mindestforderungsvolumen zwischen 25 000 und 30 000 Euro“, bestätigt auch Manfred Gerold, Geschäftsführer von Gerold Management Consulting in Zangberg.

Gerold und seine Partner suchen als „Factoringbroker“ für Interessenten über Ausschreibungen den Anbieter mit dem passenden Leistungsangebot (siehe Leseraktion) für interessierte Firmen. Gerade mittelständische Kunden tun sich schwer, den richtigen Factor zu finden, „weil der Markt undurchsichtig ist und große Gesellschaften für kleinere Unternehmen oft nicht das geeignete Konzept anbieten“, so Gerold.

Die Preisgestaltung der Anbieter sieht so aus: „Die Kosten für Factoring setzen sich aus der Gebühr und dem Factoring-Zins zusammen. Der Zins orientiert sich am Kapitalmarkt und ist auf einem historischen Tief zwischen 3,5 und 6 Prozent“, erklärt der Berater. Die Factoring-Gebühren werden dagegen steigen: Denn sie sichern für den Factor das Ausfallrisiko ab, und er berechnet hier seine

→ Leseraktion

Kostenloses Angebot

Denken Sie über Factoring für Ihr Unternehmen nach? handwerk magazin und Factoringbroker erstellen für Sie eine kostenlose Factoring-Analyse.

Wir bieten den Abonnenten von handwerk magazin eine kostenlose und unverbindliche „Factoring-Vorabanalyse“ für ihr Unternehmen an.

Sie nutzen dafür das Factoring-Analyseformular auf handwerk-magazin.de/factoring und senden den ausgefüllten Bogen dann an:

handwerk-magazin@factoringbroker.de

oder per Fax an: 0 86 36 / 98 63 92.

Kurz darauf erhalten Sie dann Ihre Ergebnisse, abgestimmt auf die Anforderungen Ihres Betriebs.



Serviceleistungen wie Debitorenbuchhaltung oder Inkasso. Das Problem: Die Kosten für das Ausfallrisiko bei den Kreditversicherern steigen.

„Wir erwarten dieses Jahr eine Erhöhung bis zu 15 Prozent. Angesichts der Marktlage ist das nicht viel“, betont aber Gerold.

cornelia.hefer@handwerk-magazin.de

Online exklusiv

Das Formular für die Factoring-Vorabanalyse steht für Sie im Internet zum Download bereit.

Weitere Infos unter:

www.handwerk-magazin.de/factoring



Analyse-Formular