

Crowdinvesting-Volumen wird sich vervielfachen

Luft nach oben ist für die Finanzierung über den Schwarm in jedem Fall vorhanden

PRODUKTION NR. 25, 2018

AT-WIEN (SM). „Das Interesse von KMU an alternativen Finanzierungsinstrumenten ist gewachsen“, erklärt Joerg Bartussek vom Mittelstandsfinanzierungsspezialisten Finnest.com, „und damit auch das Interesse an Crowdinvesting. Dennoch ist noch viel Luft nach oben – zumal die Unternehmen erst langsam realisieren, welche Alternativen zum klassischen Bankkredit sie überhaupt haben.“ Bedarf an finanziellen Mitteln etwa zur Unterstützung des Wachstumskurses ist bei KMU in jedem Fall vorhanden. Eine jüngste Studie des Beratungsunternehmens Deloitte, bei der 244 Unternehmen mit jeweils zehn Millionen Euro Umsatz und 65 Mitarbeitern (Median) unter anderem nach ihren Erfahrungen mit Crowdinvesting befragt wurden, kommt ebenfalls zu dem Schluss, dass die Unternehmen bereit seien, Investitionen in ihre Geschäftstätigkeit auch weiterhin vorzunehmen. Der Grund laut Studie: die ‚positive Gesamtsituation, in der sie sich befinden‘. So sind die Unternehmen mit der aktuellen wirtschaftlichen Gesamtentwicklung sehr zufrieden (28%) bzw. zufrieden (60%). Für rund zwei Drittel der Unternehmen stellt dabei allerdings die Finanzierung eine beachtliche Hürde dar. „Die Regularien, die in Folge der Bankenkrise kamen, führen selbst bei den besten mittelständischen Unternehmen vermehrt zu Finanzierungs-Engpässen. Daher wollen sich viele Firmen nicht mehr ausschließlich auf den klassischen Kredit verlassen“, erklärt Joerg Bartussek. Das legt auch die Deloitte-Erhebung nahe, wonach ein gutes Drittel der Teilnehmer bereits neue Finanzierungsmöglichkeiten prüft. „In einer eigenen Umfrage im vergangenen Jahr haben wir Erkenntnisse erhalten, die in dieselbe Richtung deuten. Demnach suchte sogar fast die Hälfte der befragten Unternehmer aktiv nach alternativen Finanzierungsquellen.“

Dass aktuell erst ein Prozent der von Deloitte Befragten ein Crowdinvesting vorgenommen hat, kommt Joerg Bartussek von Finnest bekannt vor: „Wie gut die digitale Finanzierung, wie z. B. Crowdinvesting, heute schon ein-



Jüngste Studien legen nahe, dass Unternehmen vermehrt auf der Suche nach alternativen Finanzierungsinstrumenten sind, aber Crowdinvesting dabei größtenteils noch außer Acht lassen. Luft nach oben ist für die Finanzierung über den Schwarm in jedem Fall vorhanden. Die Zahlen des Mittelstandsfinanzierungsspezialisten Finnest.com stützen diesen Eindruck. Bild: Pixabay

gesetzt wird, wissen viele Geschäftsführer und Finanzverantwortliche einfach noch nicht. Bislang ist das Engagement in diesem sehr innovativen Bereich auf die Vorreiter der Branche beschränkt. Hier ist noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten.“ Dennoch sieht laut Deloitte-Studie immerhin knapp ein Drittel der Unternehmer Crowdinvesting als Option für zukünftige Finanzierungen. „Wenn wir uns vor Augen führen, dass erst ein Prozent der Unternehmer Erfahrungen mit Crowdinvesting gemacht hat, aber 31 Prozent davon ausgehen, dass es künftig eine wichtige Rolle spielen wird, kann man sich das Potenzial dieses Segments gut ausmalen – es wird sich vervielfachen.“

Potenzial schaffen vor allem auch die Aspekte, in denen Crowdinvesting nach Ansicht der Befragten gegenüber dem klassischen Bankkredit von Vorteil ist. So wird Crowdinvesting in der Deloitte-Studie vor allem in Bezug auf die Transparenz sowie auf den persönlichen Kontakt positiv bewert-

et. „Online-Finanzierungen – wenn sie richtig gemacht sind – stärken nicht nur die Bilanzstruktur, sondern auch das Verhältnis zwischen Unternehmen und Kunde – weil dieser zum Investor werden und direkt am Erfolg der Firma teilhaben kann“, weiß auch Joerg Bartussek. Die Mehrheit der im Rahmen der Finnest-Studie befragten Unternehmer bestätigt dies: 78 Prozent der Geschäftsführer und Finanzverantwortlichen erkennen in Online-Finanzierungen wirksame Marketing-Effekte. Und 73 Prozent sagen, dass die Einbindung von Kunden über ein Crowdinvesting für sie ein ‚wichtiges oder sehr wichtiges‘ Kundenbindungs-Tool ist. Joerg Bartussek dazu weiter: „Schon jetzt kommen 60 Prozent einer Finanzierung bei uns aus dem Umkreis des Unternehmens, von Kunden, Geschäftspartnern oder Mitarbeitern. Diese wiederum berichten ihrem Umfeld von ‚ihrer‘ Firma. Das ist modernes Word-of-Mouth-Marketing“, so Bartussek. Anders als ein ‚starrer‘ Bankkredit lässt sich

diese Art der Finanzierung noch mehr auf den Kunden ausrichten: „Wenn ein Unternehmen seinen Anleger dann auch noch spezielle Konditionen auf Kundenkarten bucht, die Verzinsung also greifbar und erlebbar macht, wird es richtig spannend.“ Verschiedene Unternehmen haben diese Möglichkeit bei ihren Kampagnen über Finnest schon wahrgenommen. So bieten Hotels, die eine Finanzierung über Finnest vorgenommen haben, ihren Anlegern Übernachtungen zu Sonderkonditionen an.

Allerdings mangelt es nach wie vor vielen Unternehmen an Erfahrung mit dieser innovativen Finanzierungsform; 22% der Führungskräfte geben an, nicht zu wissen, wie ihr Unternehmen Online-Finanzierungen auch zu Marketing-Zwecken nutzen kann. Doch auch dies wird sich ändern: Immerhin 38% der von Finnest Befragten stimmen der Aussage zu, dass eine Online-Finanzierung gut in den Finanzierungsmix größerer Unternehmen passe. www.finnest.com



Die gute wirtschaftliche Lage beschert dem Sportwagenbauer Rekordumsätze. Heiß begehrt sind auch Anleihen des Unternehmens. Bild: Porsche

Porsche platziert erfolgreich Schulscheine

Hohe Überzeichnung aufgrund hoher Nachfrage

PRODUKTION NR. 25, 2018

STUTT GART (SM). Die Porsche AG hat ein Schulscheindarlehen mit einem Volumen von 280 Millionen Euro begeben. Der Schulschein wurde in Tranchen mit Laufzeiten von fünf, sieben und zehn Jahren platziert und sowohl mit fester als auch mit variabler Verzinsung angeboten. Die hohe Nachfrage führte dazu, dass das Orderbuch deutlich überzeichnet war.

„Wir nutzen die Mittel aus dieser Transaktion zur allgemeinen Unternehmensfinanzierung und der Refinanzierung bestehender Verbindlichkeiten, auch vor dem Hintergrund unserer hohen Investitionen in die E-Mobilität“, sagt Lutz Meschke, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand für Finanzen und IT bei Porsche. „Im derzeit günstigen Kapitalmarktumfeld ist es uns gelungen, das Schulscheindarlehen zu äußerst attraktiven Konditionen in den sieben- und zehnjährigen Laufzeiten zu platzieren. Das zeigt das hohe Vertrauen der Investoren in die langfristige Entwicklung unserer Marke und das Unternehmen Porsche“, so Meschke weiter.

An dem Schulscheindarlehen haben sich mehr als 50 institutionelle Investoren – wie Banken, Pensionsfonds und Versicherungen – beteiligt. Besonders erfreulich war dabei die hohe Nachfrage von neuen Investoren, die bisher noch nicht an Schulscheinplatzierungen von Porsche teilgenommen hatten. Die Transaktion wurde von der Landesbank Baden-Württemberg begleitet. www.porsche.de

»Professionell, persönlich, passgenau. Das ist meine akf.«

Peter Fischermann, Vertriebsdirektor akf industriefinanz

www.akf.de/industriefinanz

www.produktion.de

Technik und Wirtschaft für die deutsche Industrie