

Stuttgart, 22. März 2007

Factoring für den Mittelstand - Auf den Broker kommt es an

Factoring als Form der Unternehmensfinanzierung wird bei mittelständischen Betrieben immer beliebter. Das zeigen die steigenden Umsatzzahlen und die wachsenden Kundenstämme der im Deutschen Factoring- Verband (DFV), Mainz, und im Bundesverband Factoring für den Mittelstand (BFM), Hahnstätten, zusammengeschlossenen Factoring- Anbieter.

Mit Umsatz- und Kundenwachstum steigt auch die Zahl der Factoring- Institute. Derzeit sind nicht ganz 50 Unternehmen den beiden Verbänden angeschlossen. Für den interessierten Mittelständler wird es schwieriger, den für ihn passenden Factoring- Anbieter zu finden.

Das zunehmende Interesse an dieser dynamischen Absatzfinanzierungsform erklärt sich „im Wesentlichen aus dem restriktiven Verhalten der Banken, die bei der Kreditvergabe immer strengere Richtlinien befolgen müssen und von den Unternehmen einen immer größeren Eigenkapitalanteil fordern“, berichtet Gerhard Bach, Rechtsökonom und Geschäftsführer der Stuttgarter Unternehmensberatung Chefcoach. Hinzu kämen das relative einfache Verfahren des Forderungsverkaufs, dessen Vorteile und vor allen Dingen der hierdurch bewirkte Schutz vor Insolvenz.

Zur Erinnerung: Beim Factoring kauft das Factoringinstitut die Forderungen aus Warenlieferungen und Dienstleistungen seines Klienten und schreibt diesem den Rechnungsbetrag abzüglich anfallender Gebühren umgehend gut. Die Risiken etwa eines Forderungsausfalles trägt nicht mehr der Kunde, sondern das Factoringinstitut. Bach: „Diese wachstumskongruente Finanzierung bedeutet für den Kunden aber nicht nur Schutz vor Forderungsausfall, sofortige Liquidität und Senkung der Finanzierungskosten, sondern ist auch als Maßnahme zur Bilanzoptimierung oder etwa als Mittel der Kundenbindung zu sehen.“ Weitere Vorteile liegen unter anderen in der Entkopplung des Mahnwesens von der Person des Unternehmers sowie in der

Entlastung und in Einsparungen der Debitorenbuchhaltung. Darüber hinaus dient der Forderungsverkauf auch als Qualitätsmerkmal, denn nur geeignete Unternehmen bekommen Factoring. Schließlich stellt diese Finanzierungsform einen wichtigen Bestandteil des Risikomanagements dar.

Der ‚richtige‘ Factor

Zunehmend problematisch erscheint in Anbetracht der immer mehr werdenden Anbieter mit teils sehr unterschiedlichen Spezialitäten und spezifischen Präferenzen der Weg zum ‚richtigen‘ Factor. „In der Regel sind Forderungskäufer auf bestimmte Branchen oder Unternehmensgrößen spezialisiert“, erläutert Gerhard Bach und empfiehlt, einen unabhängigen auf den Forderungsverkauf spezialisierten Berater, einen so genannten Factoringbroker, einzuschalten.

Unabhängig von Banken oder Factoringinstituten berät er und erarbeitet ein maßgeschneidertes Konzept, das auf die speziellen Belange des Kunden zugeschnitten ist. Danach führt er eine individuelle Ausschreibung unter den führenden europäischen Factoring- Anbietern durch, wertet die Ausschreibungsergebnisse aus und sucht den unter Leistungs- und Kostenaspekten für den Kunden optimalen Anbieter. Der ‚richtige‘ Factoringbroker leistet darüber hinaus intensive Beratung und praxisorientierte Begleitung des Kunden bei der Einführung von Factoring. „Der so betreute Kunde bemerkt nach Beginn des Forderungsverkaufs rasch, dass die Vorteile seiner Liquiditätssteigerung und Senkung der Finanzierungskosten die Vergütung eines Factoringbrokers um ein Vielfaches übersteigen“, bemerkt der Stuttgarter Finanz-Experte.(.)

Weitere Informationen:

ChefCoach Unternehmensberatung GmbH

Königstr. 16, 70173 Stuttgart, Telefon 0711/22029 - 100

Telefax 0711/22029 - 199, info@chefcoach.de