

nung  
en  
auf

Talfahrt des  
s im deut-  
nd ist zum  
on einem  
en wäre zu  
st das KfW-  
ter nur mini-  
erende Wir-  
n des Herbst-  
der staatsei-  
was weniger  
fiserwartun-  
erer Firmen  
sitive Signale  
len Großsun-  
mungsab-  
zurücklie-  
ochen wurde.  
t ist das Ge-  
nen Mittel-  
nal um 0,2  
ibt damit  
he der Nullli-  
m laufenden  
ch gestoppt.  
3 Salden-  
ne durch-  
lage an.  
ge um 2,4  
Monat zuvor  
u betrachten.  
ihre Lage  
eit Herbst  
onsolidie-  
Punkten liegt  
end auf über-  
n Niveau.

stoppt  
arometer

und mittlere  
Unternehmen  
-0,3

Unternehmen  
-12,1

Okt.  
KfW-Bank, Ifo

mistischen  
verbesserten  
n Folge. Sie  
enpunkten  
gebnisse stea-  
ation bei  
Industrieun-  
lie Stim-  
f-15,0 Punk-  
Diese Ver-  
t zum einen  
ssenden Ge-  
en sind die  
noch pessi-  
onat. Die Ex-  
mittelständler  
Anstieg von  
utlich gerin-  
ndustrie.

Thomas



Montage von Solartechnik: An Finanzierungsquellen für Investitionen herrscht für Firmen kein Mangel.

Strategie

# Flexibel bleiben

Jürgen Hoffmann Hamburg

**F**rank Jorga ist ein vorausschauender Unternehmer. Der Chef der auf digitale Identifikationsverfahren spezialisierten WebID will im kommenden Jahr in neue Technologie, den Export und mehr Personal investieren. Die Berliner Firma plant ein schnelles Wachstum. Zur Finanzierung der rund vier Millionen Euro nutzt er Kredite der auf Fintechs fokussierten Deutschen Handelsbank. „Aber wir halten uns unterschiedliche Finanzierungswege offen“, sagt der WebID-Chef.

Wie Jorga geht es derzeit vielen Mittelständlern: Weil nicht absehbar ist, wo der Konjunkturtrend im kommenden Jahr hinläuft, zögern sie mit größeren Investitionen. Dazu hemmen Zoll- und Handelskriege und der Wirrwarr um den EU-Austritt der Briten viele Mittelstandsinvestitionen. Die Firmen warten darauf, dass diese Bremsen gelöst werden. So will etwa WebID auch wieder in Großbritannien investieren, wenn 2020 tatsächlich Brexit-Klarheit herrschen sollte.

Durch das Abwarten und „Aufsicht-Fahren“ fehlen jedoch zunächst die Wachstumsimpulse. Im dritten Quartal ist die gesamtwirtschaftliche Leistung der deutschen Wirtschaft gerade mal um 0,1 Prozent gestiegen, im Quartal zuvor sogar leicht gesunken. „Noch hat die Rezession, in der sich die Industrie seit Mitte 2018 befindet, den Dienstleistungssektor

Wegen der trüben Konjunkturaussichten zögern viele Firmen mit Investitionen. Ein breiter Finanzierungsmix senkt das Risiko.



„  
Nach dem Sozialstaats-  
ausbau ist es Zeit,  
den Mittelstand zu entlasten.“

Peter Altmaier  
Bundeswirtschaftsminister

dank der robusten Konsumgüter-nachfrage nicht erreicht“, diagnostiziert Hans-Jürgen Völz, Leiter Volkswirtschaft beim Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW).

Hoffnung machen vielen Ökonomen die positiven Geschäftsklimaindikatoren. Keine einfache Situation für die Entscheider in den Unternehmen. Viele von ihnen fragen sich, wie sie in dieser Situation strategisch vorgehen sollten.

Die zweite wichtige Frage ist: Woher das Geld für dringend notwendige Projekte wie etwa zur Digitalisierung nehmen? Weil viele Mittelständler nach zehn Jahren florierender Konjunktur komfortabel Eigenkapitalquoten haben, finanzieren sie kleinere Investitionen vornehmlich aus dem Cashflow. Das macht auch Richard Horn. Der Geschäftsführer der Münchener Gesellschaft für Elektro- und Sicherheitstechnik stemmt die sukzessive Digitalisierung seines Unternehmens mit 60 Mitarbeitern mit Mitteln aus dem laufenden Geschäft. Er findet: „Wer heute für 50 000 oder 70 000 Euro einen Bankkredit aufnimmt, macht etwas falsch.“ Wer liquide sei, solle die Eigenfinanzierung als günstigsten Weg nutzen. „Bankdarlehen sind nicht so billig, wie man angesichts des Niedrigzinsniveaus glauben könnte, die Geldhäuser lassen sich ihren Aufwand gut bezahlen“, weiß der Firmenchef. „Ersatz- und Modernisierungsinvestitionen

muss man als Unternehmer immer tätigen, Erweiterungsinvestitionen nur, wenn die Zeit dafür günstig ist“, ergänzt Moritz von Soden. Der Chef der Bornemänn Gewindetech in Dellingsen sieht diesen Moment für sein Unternehmen gekommen. „Und die deutschen Banken wollen Kredite vergeben.“

Diese Konstellation will der Mittelständler für sich nutzen: „Wir verhandeln aktuell über ein Darlehen mit zwei Jahren Tilgungsfreiheit.“ Die Chancen dafür stehen nicht schlecht. Denn die traditionellen Geldhäuser befinden sich im Wettlauf mit vielen neuen Konkurrenten, wenn es um die Finanzierung von Unternehmen geht. Das Spektrum an Instrumenten reicht von Online-Kreditplattformen über Leasing, Factoring bis zu Crowdfunding und -investing. Zusätzlich umgarnen Anbieter beziehungsweise Vermittler von Private Debt und Private Equity die Firmen. „Mittelständler sollten solche alternativen Finanzierungsformen häufiger nutzen als bisher und sie auch miteinander kombinieren“, gibt BVMW-Präsident Mario Ohoven eine strategische Empfehlung ab.

### Tilgen je nach Kassenlage

Ein Finanzierungsinstrument, das perfekt auf die momentan wechselhafte Großwetterlage passt, ist der Pay-per-Use-Kredit. Der Clou dabei: Die Rückzahlung des Darlehens hängt von der Nutzung des Investitions-guts ab. Ratenhöhe und Tilgung werden etwa an die Auslastung einer Maschine angepasst. Der Automobilzulieferer KMB Technologie in Zerbst (Sachsen-Anhalt) hat eine Produktionslinie mit einem solchen Flex-Kredit finanziert. Wenn die Anlage in den flauen Sommermonaten weniger produziert, zahlt der Mittelständler geringere Raten als im auftragsstarken Frühjahr. Sven Hartwich, kaufmännischer Leiter bei KMB, hält das atmende Modell „gerade in unsicheren Zeiten für nützlich“. Dass er bei sinkenden Einnahmen auch eine geringere finanzielle Kreditbelastung hat, bedeute für den Betrieb „eine erhebliche Erleichterung“. Möglich wird diese Kreditform durch die Digitalisierung: Der Kreditgeber lässt sich die Maschinennutzungsdaten laufend online übermitteln.

Investieren und trotzdem flexibel bleiben will auch Tim Mühlhoff. Der Mitgründer der MB Business Group im nordrhein-westfälischen Schwelm will dem inhabergeführten stationären Fachhandel beim Kampf gegen den E-Commerce-Boom helfen. Sein System „PaulTV“ bringt digitale Werbung ins Ladengeschäft. Markenhersteller wie Edding oder Tesa können damit in den rund 3 000 Bürobedarfsgeschäften in Deutschland über digitale Poster und Bildschirme Werbung platzieren für ihre Produkte.

Mühlhoff will im kommenden Jahr rund 350 Händler mit der dafür notwendigen Hard- und Software ausrüsten. Finanziert wird die Investition über 200 000-Euro durch den Finanzpartner BFL Leasing mit einem Sale-Lease-Back-Rahmenvertrag. So hat Mühlhoff Planungssicherheit: „Durch die Skalierbarkeit bleiben wir flexibel. Das gibt uns in schwankenden Konjunkturphasen wie derzeit etwas mehr unternehmerische Sicherheit.“

image images/Mike Schmidt

Wichner&Zeck/af