

Bonitätsinformationen stets gefragt

Eine Studie zeigt, dass immer mehr deutsche Unternehmen Finanzierung und Forderungsmanagement im Rahmen von Factoring nutzen, um ihren Finanzierungsbedarf zu decken.

Von **STEPHEN BOHNER**

Kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) in ganz Europa finden zunehmend Gefallen am Factoring. Das hat eine vor wenigen Monaten durchgeführte Umfrage der Eurofactor-Gruppe unter 3000 mittelständischen Firmen mit Mitarbeiterzahlen zwischen 6 und 500 Angestellten in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Portugal und Spanien ergeben.

Anteil von Factoring wächst

Insgesamt greifen 83 Prozent der deutschen Unternehmen auf mindestens eines der aufgeführten Finanzierungsmittel zurück (Kontoüberziehung, Skonto, Forderungsfiananzierung, Lieferantenfristen und Factoring), um ihren Finanzierungsbedarf zu decken. Dieser Anteil ist einer der höchsten in Europa neben Portugal und Italien. Die Lieferantenfristen sind mit 67 Prozent im Durchschnitt das meistgenannte Mittel, gefolgt von der Kontoüberziehung (36 Prozent) und Skonto (27 Prozent). Finanzierung und Forderungsmanagement im Rahmen von Factoring wird immer noch relativ selten genutzt (21 Prozent), die Tendenz ist aber steigend (2005: 10 Prozent, 2007: 18 Prozent).

Der generell am häufigsten genannte Grund pro Factoring sind Bonitätsinformationen zu Kunden. Für zwei Drittel der Befragten war das das Zünglein an der Waage. Platz zwei belegte die Absicherung gegen Forderungsausfälle, eng gefolgt von Beitreibung und Finanzierung von Forderungen (siehe Grafik). Insbesondere die Aspekte Bonitätsinformation und Finanzierung haben in ihrer relativen Bedeutung in den letzten Jahren zugenommen.

Für das Forderungsmanagement greifen 87 Prozent der kleinen und mittelständischen Betriebe in Deutschland auf externe Leistungserbringer zurück. Diese Tendenz ist seit 2005 ansteigend.

Wie in den meisten anderen europäischen Ländern wendet sich etwas mehr als die Hälfte der deutschen Klein- und Mittelbetriebe zunächst an Anwaltskanzleien, ferner suchen die Unternehmen Hilfe bei Beitreibungsgesellschaften (43 Prozent) und Kreditversicherungsgesellschaften (34 Prozent).

Factoring hat von 2005 bis Ende 2008 stetig zugenommen und wird für das Forderungsmanagement von 10 Prozent aller befragten Unternehmen genutzt. Mit diesem Wert liegt Deutschland im europäischen Mittel.

Hohe Forderungsausfälle 2009

Der Anteil der deutschen KMUs, die Forderungsausfälle registrieren, geht seit 2005 (96 Prozent) deutlich zurück und lag 2008 bei 82 Prozent. Die unbezahlten Forderungen, die sich 2006

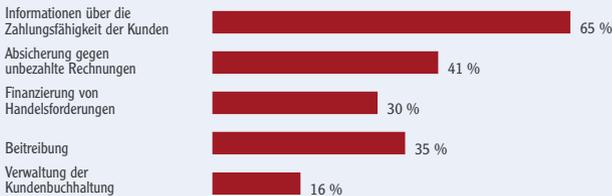
in Europa mit den kürzesten Zahlungsfristen. Deutsche KMUs werden im Durchschnitt innerhalb von 38 Tagen nach Rechnungsstellung bezahlt, eine weitere Verkürzung der Zahlungsfrist um 5 Tage im Vergleich zu 2007. Im Vergleich zu anderen europäischen KMUs scheinen die deutschen ihr Forderungsmanagement nachhaltig verbessern zu können. In Spanien (78 Tage/+5 Tage), Italien (98 Tage/+4 Tage) und Portugal (112 Tage/+13 Tage) haben sich die Zahlungsfristen, die in Europa zu den längsten zählen, beispielsweise noch weiter verschlechtert.

Beitreibung seit Jahren rückläufig

Im Jahr 2008 leiteten fast drei Viertel der Klein- und Mittelbetriebe ein gütliches oder nicht gütliches Verfahren zur Beitreibung der Forderungen ein. Dieser Anteil hat seit einigen Jahren eine rückläufige Tendenz (2005: 98 Prozent). Das Verfahren wird durchschnittlich 37 Tage nach Ablauf der Zahlungsfrist eingeleitet.

Es ist kein Zufall, dass mit dieser positiven Entwicklung auch die Bedeu-

WARUM ENTSCIEDEN SICH UNTERNEHMEN 2008 FÜR FACTORING?



Quelle: Eurofactor Barometer 2009

auf 1,2 Prozent des Umsatzes und 2007 auf 0,9 Prozent beliefen, liegen heute im Schnitt bei 0,7 Prozent. In Folge der Wirtschaftskrise ist in diesem Jahr allerdings wieder mit einem deutlichen Anstieg von Forderungsausfällen zu rechnen.

Trotz beträchtlicher Exporte in Risikoländer bleibt Deutschland das Land

von Factoring hierzulande stetig zugenommen hat, sowohl die Unternehmensfinanzierung als auch die Absicherung und das Management von Forderungen betreffend.

Stephen Bohner ist Manager Marketing und PR bei der Eurofactor AG in Oberhaching bei München.