



Eurofactor-Chef Klaus Taube im Gespräch

„Der Markt ist kompetitiv, aber nicht ungesund“

Factoring ist zur Jahresmitte wieder gestiegen. FINANCE sprach mit Klaus Taube, Chef der Eurofactor, über Trends und Entwicklungen im Geschäft.

Die Fragen stellte Markus Dentz

>> Herr Taube, das Factoring macht nicht mehr die großen Wachstumssprünge wie früher. Was ist los mit dem Markt?

<< Sie haben recht, der Gesamtmarkt hat eine Zeitlang stagniert. Das lag primär an der Ausrichtung einzelner Gesellschaften. Auch wir haben uns 2011 aus Risikogründen von einigen größeren Engagements getrennt, etwa im Bereich Automobil oder bei Zulieferern von Baumärkten. Jetzt sehen wir aber eine Trendwende, die sich in unserem Geschäft widerspiegelt: Im ersten Halbjahr sind wir um 17 Prozent gewachsen, also deutlich über dem Markt, der bei einem Plus von 4 Prozent lag.

Zur Person

Klaus Taube (Jahrgang 1951) ist bereits seit 2000 bei der Eurofactor AG und wurde ein Jahr später Mitglied des Vorstands. Im selben Jahr wurde er auch Mitglied des europäischen Managementkomitees der Eurofactor S.A, die zur französischen Großbank Crédit Agricole gehört. Eurofactor zählt zu den führenden Factoringgesellschaften in Deutschland und ist besonders auf das internationale Geschäft spezialisiert.

>> Warum ist besonders das aus deutscher Sicht so wichtige internationale Geschäft zurückgegangen?

<< Generell müssen wir uns die Risiken sehr genau anschauen, und die sind bekanntlich gestiegen. Im Exportfactoring gilt das besonders für die Debitoren, zum Beispiel aus der Euro-Peripherie. Das Exportgeschäft wird auch wieder wachsen, da bin ich mir sicher. Wir sehen uns zudem im Importgeschäft gut positioniert und wurden erst kürzlich wieder vom internationalen Factoring-Netzwerk Factors Chain International hinsichtlich Servicequalität zum besten Importfactor der Welt gekürt. Die Factoring-Exportgeschäfte aus der Türkei, Griechenland, Spanien und

ganz besonders China ziehen wieder deutlich an.

>> Ist Factoring zum Teil ein „Schön-Wetter-Instrument“, das nicht mehr funktioniert, wenn die Lage heikel wird und die Warenkreditversicherer zucken?

<< Nein, das sehe ich nicht so. Die Warenkreditversicherer schauen mittlerweile differenzierter hin als in der Zeit nach der Lehman-Pleite, in der sie zum Teil überreagiert haben. Auch wir haben unsere Konsequenzen aus 2009 gezogen und arbeiten inzwischen mit zwei Versicherern zusammen statt nur mit einem wie vorher. Im Exportbereich begleiten wir zum Teil auch Finanzierungen, wenn keine Kreditversicherung Deckungen anbietet. Im Rahmen der internationalen Factoringnetzwerke können wir Forderungen unserer Kunden gegen Exportdebitoren zudem in vielen Ländern über lokale Factoringkorrespondenten absichern. Als Factor muss man sicher genau auf Risiken achten, kann aber flexibel agieren.

>> Wie bewerten Sie die Lage im traditionell heißumkämpften deutschen Markt?

<< In Deutschland ist der Markt deutlich wettbewerbsintensiver als in der Euro-Peripherie – von den Margen in Südeuropa kann man hierzulande nur träumen. Wir stehen im Wettbewerb mit vielen Factoringgesellschaften, die neu in den Markt kommen. Aber auch Landesbanken bieten verstärkt factoringähnliche Konstrukte an. National gibt es mit Textil und der stahlverarbeitenden Industrie momentan auch Problemfelder. Zum Teil können wir die Übernahme der Risiken über adjustierte Gebühren ausgleichen – aber nicht immer. Kurz: Der Markt ist kompetitiv, aber nicht ungesund.

>> Wir haben zuletzt einige Akquisitionen gesehen: Die Deutsche Leasing hat Universal übernommen, ABC schluckt Dresdner Factoring, und die AKF Bank übernimmt Ernst Factoring. Wie sehen Sie die Konsolidierung, und wollen Sie die auch zukaufen?

<< Wir sehen Übernahmen und eine sehr starke Konzentration der Volumina, das ist richtig. Aber wir rangieren unter den Top-4-Unternehmen, wenn man den Umsatz betrachtet. Die Strategie unseres Gesellschafters ist nicht Wachstum um jeden Preis, sondern eine profitable Geschäftsentwicklung. Dafür haben wir ein stabiles Geschäftsmodell mit stabilem Management für eine langfristig gemeinsame Entwicklungsstrategie. Große M&As haben wir uns nicht vorgenommen ...

>> ... allerdings haben Sie jetzt das belgische Geschäft der Eurofactor übernommen: Wie kam es dazu?

<< Ich war bereits seit 2011 Geschäftsführer unserer kleineren Schwestergesellschaft. Wir haben die belgische Gesellschaft von der Mutter gekauft und als Niederlassung für den Benelux-Raum integriert. Dass ist eine gute Plattform, um auch in den Niederlanden zu wachsen.

>> Fühlen Sie sich generell wohl als Tochter der Crédit Agricole? Die französische Bank hatte ja ihre Probleme in der Euro-Krise...

<< Wir fühlen uns sehr wohl, denn die Bank ist in über 60 Ländern präsent und hat 21 Millionen Kunden. Sicher hat die

Crédit Agricole wegen der Beteiligungen in Griechenland gelitten. Aber von diesen Sonderfaktoren hat sich die CA-Gruppe schnell erholt, wie die positiven Halbjahreszahlen mit einem Nettoergebnis von 2,4 Milliarden Euro zeigen. Man hat sich aber dort von der Emporiki Bank getrennt, das Investmentbanking zurückgefahren und konzentriert sich auf das Kerngeschäft: die Finanzierung der Realwirtschaft. Factoring gehört eindeutig dazu.

>> Besonders der Mittelstand, der sich nicht an den Kapitalmärkten bedienen kann, spürt eine Zurückhaltung der Banken. Hat Eurofactor Interesse, den deutschen Mittelstand stärker anzusprechen?

<< Ja, ab 5 Millionen Euro Umsatz wird es interessant. Wir haben in den letzten Jahren massiv in die EDV für die Abwicklung investiert und wollen damit verstärkt

auch die mittelständischen Kunden ansprechen. Diese Botschaft geben wir gerne in den Markt. Mit ganz kleinen Kunden tun wir uns schwer, weil sie ihren Kreditbedarf schon über ihre Hausbank abdecken. So sehen wir unsere Kernzielgruppe zwischen 5 und 200 Millionen Euro Umsatz.

>> Gibt es im Factoring Produktinnovationen, die für diese Kunden spannend sind? Wohin gehen die Trends in der Ausgestaltung von Factoring?

<< Die Grundstruktur ist relativ ähnlich. Wir sehen aber einen Trend zur individuellen Vertragsgestaltung im Mittelstand. Außerdem muss und kann man in M&A-Situationen spezielle Konstruktionen entwickeln. Wir sehen, dass Reverse Factoring wichtiger wird: Hier setzt unser ursprünglicher Kunde seine Bonität für die Lieferanten ein – Unternehmen, die es häufig schwerer haben, sich zu finanzieren.

>> Haben regulatorische Projekte wie Basel III Auswirkungen auf das Geschäft?

<< Basel III hat uns bisher nicht getroffen. Allerdings bleiben wir bei den Liquiditätsregeln am Ball – entsprechende Anforderungen kommen schon 2014. ||

markus.dentz@finance-magazin.de

Impressum

Verlag
FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – ein Unternehmen der FA.Z.-Verlagsgruppe, Frankenallee 95, 60327 Frankfurt am Main, E-Mail: verlag@frankfurt-bm.com

Gründungsherausgeber: FA.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, manager magazin Verlagsgesellschaft mbH, Dr. Günther Würtele Information GmbH

HRB Nr. 53454, Amtsgericht Frankfurt am Main

Geschäftsführer: Dr. André Hülsbömer, Jürgen Kiehl

Geschäftsleitung: Bastian Frien

Herausgeber: Boris Karkowski

Chefredaktion: Markus Dentz (mad); V.i.S.d.P.

Redaktion: Steven Arons (sta), Desirée Backhaus (deb), Timur Cetin (tic), Armin Häberle (arh), Michael Hedtstück (mih), Andreas Knoch (ank), Anne-Kathrin Meves (akm), Dr. Sarah Nitsche (san), Marc-Christian Ollrog (mco), Sabine Paulus (sap), Sabine Reifenberger (sar), Katharina Schlüter (kas)

Telefon: (069) 75 91-32 18

Telefax: (069) 75 91-32 24

E-Mail: redaktion@finance-magazin.de

Verantwortlich für Anzeigen

Dominik Heyer, Stellvertretender

Geschäftsbereichsleiter Business Development & Sales

Telefon: (0 60 31) 73 86-17 15

Telefax: (0 60 31) 73 86-17 09

E-Mail: dominik.heyer@frankfurt-bm.com

FINANCE Leserservice

VDS Versand- und DatenService Matthias Bick e.K.,

FINANCE, Hauptstraße 42a, 37412 Herzberg am Harz

Telefon: (0 55 21) 85 54 88

Telefax: (0 55 21) 85 54 99

E-Mail: aboservice@finance-magazin.de

Jahresabonnement

– Inland: 40,50 Euro inkl. MwSt. und Porto

(für Studenten: 32,50 Euro).

– Ausland: auf Anfrage.

Der Bezug des „FINANCE“ Magazins ist in den Mitgliedsbeiträgen des Bundesverbandes Mergers & Acquisitions, des Internationalen Controller Vereins und des Deutschen Verwaltungs- und Aufsichtsrats-Institutes e.V. enthalten.

ISSN: 1616-0274

Erscheinungsweise: 6 Ausgaben jährlich

Titelbild: Felix Gross, Frankfurt am Main

Druck: Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH,

Kurhessenstraße 4-6, 64546 Mörfelden

Vertrieb: Axel Springer Vertriebservice GmbH,

Süderstraße 77, 20097 Hamburg

Internet: www.asv-vertrieb.de

Gestaltung

Daniela Seidel, FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH

© Alle Rechte vorbehalten.

FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH, 2013.

Die Inhalte dieser Zeitschrift werden in gedruckter und digitaler Form vertrieben und sind aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Inhalte ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar, sofern sich aus dem Urheberrechtsgesetz nichts anderes ergibt. Es ist nicht gestattet, die Inhalte zu vervielfältigen, zu ändern, zu verbreiten, dauerhaft zu speichern oder nachzudrucken. Insbesondere dürfen die Inhalte nicht zum Aufbau einer Datenbank verwendet oder an Dritte weitergegeben werden.

Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte können Sie beim FA.Z.-Archiv unter nutzungsrechte@faz.de oder Telefon: (069) 75 91-29 86 erwerben. Nähere Informationen erhalten Sie hier: www.faz-archiv.de/nutzungsrechte.

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts von „FINANCE“ übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und unverlangt zugestellte Fotografien oder Grafiken wird keine Haftung übernommen.

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)