

IM GESPRÄCH: DANIEL KREIS

Deutsche Handelsbank baut eine Fintech-Einheit

CEO Daniel Kreis erweitert das Geschäftsmodell

Von Björn Godenrath, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 18.5.2018

Manche Ideen sind so einfach, dass man sich fragt, warum man nicht selbst darauf gekommen ist oder warum es sonst noch keiner gemacht hat. Daniel Kreis, CEO der Deutschen Handelsbank, hatte jedenfalls einen Geistesblitz, als er das zunächst vor allem im Zahlungsverkehr tätige Institut als Fremdkapitalgeber für junge Unternehmen aus dem E-Commerce aufbaute. Der Clou: Den Unternehmen werden Kontokorrentkredite zur Working-Capital-Finanzierung eingeräumt oder Factoring-Portfolien finanziert. Das ist mit geringem bürokratischem Aufwand für den Unternehmer verbunden, der andere Sachen um die Ohren hat, als Papierkrieg mit einem Kreditinstitut zu führen oder in wochenlangen Diskussionen mit Venture Capital eine Kapitalerhöhung (mit Verwässerung) oder eine Venture-Debt-Tranche festzuzurennen.

Daniel Kreis kennt seine Pappenheimer, gut 100 Finanzierungskunden gehören zum Portfolio der Deutschen Handelsbank, die seit 2014 am Markt aktiv ist. Outfittery, Westwing, Mr. Spex, Foodspring und Home24 gehören zu den Online-Händlern, welche die Dienste der Handelsbank bereits in Anspruch genommen haben. Kreis lernt die Gründer und ihr Geschäftsmodell mit häufig sehr eigenen Key Performance Indicators in der Regel persönlich kennen, lässt dann die Kennzahlenprüfung durchlaufen und weiß, wie weit er den Kredithahn aufdrehen kann – anfangs geht es meist um Summen von 0,5 Mill. bis 1,5 Mill. Euro. Für traditionelle Banken würden solch junge Unternehmen erst finanzierbar, wenn sie den Break-even erreicht haben, sagt Kreis, der beherzt in diese Lücke hineingegrätscht ist.

Der Plan: Die Start-ups sollen dann über weitere Wachstumsphasen begleitet werden und dabei immer höhere Summen finanziert bekommen –

die maximale Ticketgröße für Working-Capital-Finanzierung beträgt derzeit 4 Mill. Euro. Das funktioniert auch ganz gut, mehr als 150 Mill. Euro hat die Deutsche Handelsbank bislang ausgereicht.

Partner Venture Capital

Den Venture-Capital-Gebern kann es recht sein, gewinnt ihr Investment doch an Liquidität und kann grundsätzlich schneller skalieren oder auch mal kurzfristig eine Opportunität im Wareneinkauf wahrnehmen – logisch, dass die Risikokapital-Branche zum Partnernetzwerk der Deutschen Handelsbank gehört. Außerdem können Unternehmen Payment-Lösungen sowie punktuell Banking as a Service (BaaS) von der Deutschen Handelsbank beziehen. Mehr als 2 000 B2B-Kunden habe man im Zahlungsverkehr, denen man auch Produkterweiterungen wie Fremdwährungs-Funktionalitäten anbieten könne, sagt Kreis, der auch schon beim Vorläufer Sofort Bank AG dabei war. Eine deutsche Fintech-Erfolgsgeschichte, wurde die Sofort GmbH doch 2014 für 150 Mill. Dollar an die schwedische Klarna verkauft – ein Top-Geschäft für den Mehrheitsaktionär Reimann Investors.

Die Beteiligungsgesellschaft der Unternehmerfamilie Reimann ist auch Eigentümer der Deutschen Handelsbank. Das Family Office der Reimanns nimmt Direktinvestments vor – und wenn Daniel Kreis mal wieder eine Idee hat, dann wird er natürlich erst dort vorstellig. Das ist dieser Tage der Fall, denn Kreis will etwas auf die Beine stellen, was nah dran ist am Kerngeschäft des Individualkrediters: Aufgebaut werden soll eine eigene „Fintech Banking Unit“ innerhalb der Bank („man könnte auch sagen, ein Start-up innerhalb der Bank“), die hochgradig automatisiert Kredite zwischen 50 000 und 250 000 Euro an Unternehmen vergibt. Die Pilotphase wurde bereits erfolgreich gestartet, an der Skalierbarkeit wird aber noch

mit Hochdruck gearbeitet – im Herbst könnte der breite Marktstart erfolgen. Dabei will die Deutsche Handelsbank nicht auftreten wie ein Makler à la Funding Circle, sondern eher wie Spotcap oder Iwoca selbst als Kreditgeber fungieren.

Dass der Markt für den digitalen Firmenkredit schon ganz gut von Fintechs wie Auxmoney und Creditshelf beackert wird und nun auch Adressen wie die ING DiBa nach dem Zukauf von Lendico voll einsteigen wollen, ficht den 42-Jährigen nicht an. Es gebe ausreichend Klientel im Mittelstand, die sich mit dem Unternehmerkredit adressieren lasse. Zielgruppe sind demnach die klassischen kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU), die stabile Umsätze verzeichnen und profitabel sind, gegebenenfalls aber neuen Investitionsbedarf haben.

Über Kreditmarktplätze in Europa wurden bislang rund 13 Mrd. Euro vergeben, das von uns identifizierte Potenzial im Low-Risk-Bereich beträgt rund 14 Mrd. allein in Deutschland“, sagt Kreis. Außerdem haben die frühen Fintechs ja Pionierarbeit geleistet und den traditionellen Mittelstand mit solchen Plattformen vertraut gemacht; auch neu entstandene Vermittler wie Compeon oder Fincompare würden bei der Entwicklung des Marktes helfen, so Kreis. Der KMU-Kreditmarkt ist breit gefächert, aber doch limitiert: Wer nicht für 4 % von der Hausbank finanziert wird, kann alternativ nur noch einen Kredit für 15 % von Iwoca erhalten.

Bis Ende 2020 soll die „Fintech Banking Unit“ der Handelsbank ein Volumen von 100 Mill. Euro ausgereicht haben, gewährt die eigene Infrastruktur mit Adressierung der breiteren Zielgruppe doch reichlich Hebel für Skalierung. Außerdem könne man im Gegensatz zu den Fintechs mit dem Vertrauensvorschuss einer Bank auftreten – und schneller als die heutigen Firmenkunden-Banken sei man sowieso, sagt Kreis.