

Nürnberger Leasing etabliert sich mit Factoring Frauen-Duo erzielt mit 15 Kunden 31 Mio. Euro Umsatz im ersten Jahr

Wäscherei, Metro- und Amazon-Händler, Berater, Logistiker oder Werbeagentur: Das Spektrum der 15 Kunden, mit denen die Nürnberger Leasing (NL) 2019 den Fachbereich Factoring mit zwei Fachfrauen gegründet hat, ist breit gestreut. Zusammen kamen sie im ersten Jahr auf Anhub auf 31 Mio. Euro Umsatz. 2020 will das Duo, das im Dezember um einen Vertriebsmann verstärkt wurde, mit 30 Kunden 60 Mio. Euro umsetzen. Bis Jahresende wäre das Trio dann wohl ein Sextett.



Neben Jeannette Schulz, die als Bilanzbuchhalterin seit 2005 Branchenerfahrung hat und nach dem Studium der Dipl. Finanzierungswirtin seit 2014 mit Prokura bei einem Factoringanbieter gearbeitet hatte, bildet Adelheid Wolf aus dem Rhein-Main-Gebiet, die ebenfalls seit 2006 ihre Branchenerfahrungen in verschiedenen Unternehmen sammelte und leitend tätig war, das Führungsteam bei der NL für das Factoringgeschäft. Aufträge kommen bislang vor allem über das persönliche Netzwerk der beiden Frauen, aber auch über Kunden der NL, die 3000 Kontakte im Bestand hat.

„Das Räderwerk zwischen uns und den Kollegen der NL greift verstärkt und sehr gut ineinander,“ sagt Wolf, die neben Fachwissen, Sorgfalt und das Wissen um Risiken und Fallstricke als wichtigste Fähigkeiten nennt, um im Factoring erfolgreich zu sein. Wichtig seien Kenntnisse über die Branchen der Kunden, insbesondere die Einkaufsgewohnheiten, um mit Kreativität variable Lösungen zu kreieren.

Zwar greifen überwiegend bonitätsschwächere Kunden auf Factoring zurück, doch seien darunter „viele interessante Rennpferde“, denen das Wachstumskapital fehlt oder die sich mit diesem Liquiditätshebel bestmögliche Voraussetzungen schaffen, um erfolgreich wachsen zu können. Entsprechend können Wolf und Schulz mit Kreativität und Know-how ihr Beratungspotential ausspielen. „Auf Grund unserer schlanken Struktur mit kurzen Wegen und individuellen Lösungen sind wir für viele Mittelständler interessant,“ sagt Wolf. Dazu gehört auch einmal eine Eilüberweisung, wenn nötig. All dies setzt Vertrauen voraus, das sich der Kunde durch gute Bonität, Transparenz seines Geschäftsmodells, Firmenstrategie und -kultur und Persönlichkeit des Unternehmers zuvor erarbeiten muss. Diesem Gesamtbild dient auch die jährliche Visitation des Kunden.

Zwar sei die Branche mit bundesweit gut 200 inhabergeführten Anbietern hart umkämpft und vor allem Mitbewerber mit eigener Bank im Hintergrund agierten mit Kampfbedingungen, doch in Summe wachse der Markt rasant. Schon heute seien sieben Prozent des Bruttoinlandsproduktes (BIP) Factoring-finanziert. Der Grund: Diese Form der Finanzierung verbessert die Liquidität, verkürzt die Bilanz, erhöht die Eigenkapitalquote, eliminiert das Ausfallrisiko und finanziert sich teils kostenneutral über Nutzung des Skontos.

Die Kreditrahmen liegen bei der NL-Sparte zwischen 0,1 und fünf Millionen Euro. Gut zwei Drittel sind noch immer Schnelldreher mit 30 Tagen Zahlungsziel. Doch der Anteil mit Fristen von 60 bis 150 Tagen steigt kontinuierlich – und bindet Kapital. Auch dabei ist die NL mit einem Finanzierungsvolumen von 300 Mio. Euro ein hilfreicher Partner, günstiges Kapital in ausreichender Menge zu beschaffen. Für 2021 prognostiziert Wolf ein Finanzierungsvolumen von 80 Mio.; 2024 könnten es 180 Mio. sein. www.nlfactoring.de

Lieben die Mischung aus Recht, Regulatorik und Risiko im Factoring: Die Leiterinnen für Factoring aus Markt und Marktfolge bei der Nürnberger Leasing, Adelheid Wolf (l.) und Jeannette Schulz. FOTO: NL