

## **Bonitätsplattformen und die Zukunft des KMU Kredits**

**Ein Beitrag von Ludolf Ebner**

Kredite im Mittelstand sind ein hochprofitables Segment für Kreditgeber und es gibt mittlerweile unzählige Anbieter. Vergleichsplattformen mit unterschiedlichen Produkten sind noch relativ jung, doch welche Modelle gibt es hier genau? Welchen Mehrwert liefern insbesondere Bonitätsplattformen als verlängerter Arm der Wirtschaftsauskunfteien, und was unterscheidet diese Plattformen von größeren Anbietern wie Fincompare, Check24, Smava & Co?

### **Hintergrund: Hausbankabhängigkeit, fehlende Informationen, teure Kundenakquise**

Die Zinsen sind nach wie vor relativ niedrig und Deutsche KMU können nicht über eine Kreditklemme klagen. Es herrscht aber in allen Industrien und Regionen immer noch eine klare Abhängigkeit von der Hausbank. Das Duopol der Sparkasse und Volksbank im kleinteiligen Mittelstand ist nach wie vor unbezungen. Entsprechend aufwändig ist es für Unternehmer zeitnah einen Preisvergleich von verschiedenen Banken für einen Kredit oder ein Leasingprodukt für eine Maschine zu erhalten. Der Aufwand für ein einziges Angebot ist häufig erschlagend. Bei vielen Unternehmern existiert auch Unklarheit darüber, wie genau eine Bank ein Rating erstellt und dann zu einer Kreditentscheidung gelangt. Auch was ein Bankrating im Vergleich zu einer Unternehmensbonität ist, ist für viele Unternehmer immer wieder verwirrend. Bei Absagen kann der gesamte Antragsprozess sehr frustrierend sein.

### **Banken: zeitaufwändige/teure B2B Kundenakquise**

Aus Sicht der Banken liegt der hohe Aufwand klar an der kostenintensiven Aufbereitung der Daten, die bei einer Prüfung von Geschäftskunden erforderlich ist. Kleinteilige Kredite unterhalb mehrerer Millionen Euro sind zu aufwändig, um dafür aufwändige Prozesse und Organisationen aufzubauen. Gerade Sparkassen und Volksbanken sortieren hier schon früh aus mit harten Kriterien wie Unternehmensalter, Umsatzvolumen, Veränderungen in der Geschäftsführung u.ä. Entsprechend landen gerade kleine Kreditanfragen von Selbstständigen häufig im B2C Bereich oder werden sozusagen prozessual abgelehnt.

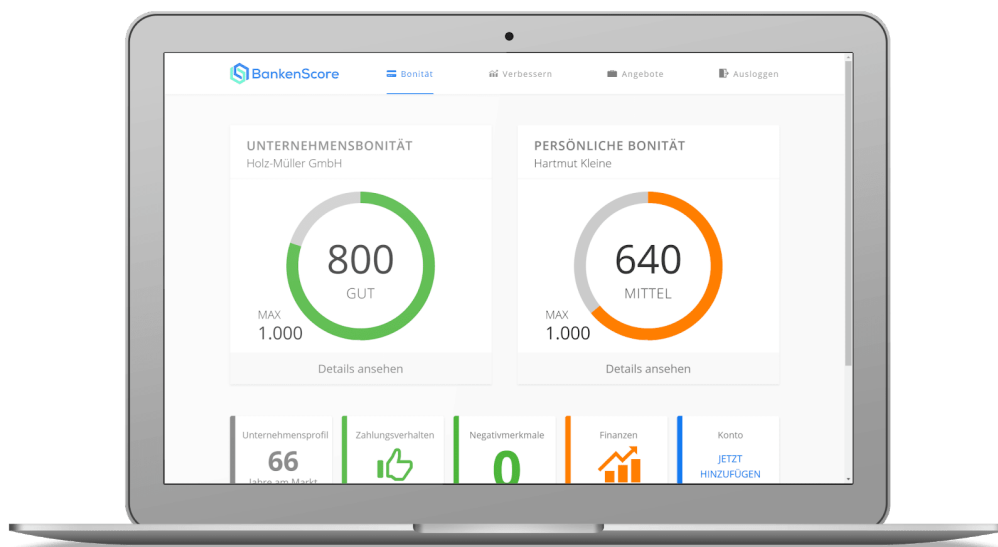
### **Auskunfteien: Schwierigkeiten mit Datenflut**

Gleichzeitig gibt es aber immer mehr Daten, Datenquellen wie (Open) APIs, die neue PSD2, kurzum schnelle technische Lösungen, mit denen man mehr Daten für eine Kreditentscheidung erfassen und auswerten können müsste. Eigentlich müssten traditionelle Auskunfteien basierend auf diesen Trends schnell neue Produkte und Lösungen bereitstellen. Allerdings schaffen es

diese bisherigen Anbieter für die Erstellung der Bonität und Kreditwürdigkeit nicht, den Gap zu überbrücken. Dies liegt an verschiedenen Gründen wie Regulatorik, internen Prozessen und auch Prozesskosten.

## Lösungen

Erste B2B Fintechs versuchen hier anzusetzen mit effizienteren Scoring-Methoden, Onboarding-Verfahren und einem üblicherweise voll digitalen Kreditantragsprozess. Diese u.ä. Anbieter leiden aber ebenso wie die Banken immer noch an der zeitaufwändigen Vorqualifizierung ihrer Leads. Zudem ist die Konkurrenz in den digitalen Marketingkanälen mittlerweile stark angestiegen, sodass die Akquisitionskosten für viele übersteuert erscheinen. Welches Fintech kann es sich leisten einen Lead für bis zu 100 Euro einzukaufen, abzuthefonieren und effizient zu konvertieren? Zudem ist ein digitales Scoring mittlerweile für so manch schlaue Entwicklertruppe möglich, doch das Kerngeschäft muss immer auf die Kreditvergabe ausgerichtet sein und nicht auf die Erschließung von Daten und deren Auswertung bzw. Monetarisierung.



## Scoring Plattformen - ein Modell, das alle Probleme löst - für KMU, Banken und Auskunfteien

Hier setzen seit Kurzem plattformbasierte Scoringanbieter bzw. Bonitätsplattformen an, welche in Partnerschaft mit traditionellen Auskunfteien ein Onlinemodell entwickelt haben. Hierbei können sich Kunden online registrieren und kostenlos direkt ihre offizielle Bonität abfragen. Dank PSD2 können Kunden zudem ihre Bankkonten verknüpfen und Auswertungen erstellen lassen bzgl. Kreditverfügbarkeit basierend auf ihrem Kontoverhalten.

Im Hintergrund der Plattform findet dann gleichzeitig ein Abgleich der Bonität und Kontodaten mit den vorab erfassten Scorecards der Banken statt, sodass ein Matching zwischen Kreditnehmer und -geber möglich ist. Entsprechend erhält ein Kunde passende wirklich verfügbare Kreditangebote und spart sich die Zeit für die Recherche und Bankgespräche. Zukünftig wird

es sogar möglich sein, Kreditbedürfnisse durch Algorithmen zu erfassen noch bevor ein Kunde sich dessen bewusst ist. Erkennt der Algorithmus etwa einen wiederkehrenden Geldbedarf zum Monats- oder Jahresende bei konstantem positiven Cashflow, kann automatisiert auf passende Finanzangebote zugegriffen werden. Die Bank währenddessen weiss, dass sich nur vorqualifizierte Kunden bewerben können.

Während für Konsumenten tendenziell ein anlassbezogener Bedarf für einen Kredit entsteht, sind KMU fortwährend auf ihre Bonität und optimierte Kredite und Zinsen angewiesen und können diesen Informationsvorteil bzgl. ihrer eigenen Bonität mithilfe von Bonitätsplattformen zu ihrem Vorteil nutzen.

Durch diese neue Transparenz über die Bonität der Kunden wird die im klassischen Kreditgeschäft bestehende Informationsasymmetrie zwischen Bank und KMU letztlich beseitigt. Werden den Kunden dann noch Möglichkeiten zur Optimierung ihrer Bonität aufgezeigt, können Zinskosten optimiert, d.h. gesenkt werden. Damit würde dieser Ansatz des bonitätsbasierten Matchmaking Kunden Zugang zu einer standardisierten Form von Rating Advisory verhelfen, einer Leistung die bisher nur größere Unternehmen im Rahmen von häufig teuren Ratingverfahren in Anspruch nehmen können.

Werfen wir einen kurzen Blick auf die USA. Hier gibt es schon seit vielen Jahren den Anbieter Nav.com, welcher es geschafft hat innerhalb kürzester Zeit mehrere Hunderttausend Geschäftskunden zu akquirieren und ihnen bonitätsbasierte Finanzprodukte anzubieten. Nav.com zählt verschiedene internationale Auskunfteien wie Experian sowie Goldman Sachs zu seinen Investoren.

In Europa gibt es mittlerweile ebenfalls ähnliche Ansätze. Im Konsumentenbereich hat es Clearscore in England geschafft allein im ersten Jahr nach Start über eine Millionen Konsumenten von seinem Dienst zu überzeugen. Der Wachstum dieses Unternehmens verlief mit über sechs Millionen Konsumenten in weniger als vier Jahren so erfolgreich, dass es im März 2018 für 275 Mio Pfund an die globale Auskunftei Experian verkauft werden sollte, jedoch von der britischen Monopolbehörde gekippt wurde.

In Deutschland betreiben Anbieter wie Bonify und Scorekompass seit einigen Jahren das Modell sehr erfolgreich. Bonify nutzt die Daten der Creditreform Boniversum. Scorekompass, ein Service des Kreditanbieters Smava, verlässt sich dabei auf Arvato Bertelsmann. Im B2B Bereich gibt es den unabhängigen Anbieter BankenScore basierend auf Daten der internationalen CRIF Bürgel Gruppe sowie der deutschen Auskunftei Creditreform. BankenScore arbeitet ausserdem mit zahlreichen Banken und Fintech Lendern zusammen und verfügt über KMU Kunden im fünfstelligen Bereich.

### **Die Zukunft der Kreditvergabe**

Betrachten wir den Megatrend Digitalisierung scheint es naheliegend eine positive Prognose für Scoringplattformen zu erstellen: Kunden werden online-affiner, egal ob Konsumenten oder Geschäftskunden. Bei Finanzprodukten werden derzeit schon Anträge online gestellt, Daten online

erfasst und geprüft, und Entscheidungen finden bereits automatisiert statt. Viele Fintech Lender werben ja gerade mit dem Versprechen innerhalb nur weniger Stunden Geld auszahlen zu können, sofern alle Daten vorliegen. Es wird sich zeigen, wie gut nicht nur Fintech Lender, sondern gerade auch die Scoringplattformen relevante Daten erfassen und daraus Mehrwert generieren können. Die Zeichen der Zeit scheinen jedoch gut zu stehen.

**Über den Autor:**

Ludolf Ebner ist Seriengründer und CEO von BankenScore.de. Er hat mehr als zehn Jahre Erfahrung im Aufbau und Management von diversen Software- und Technologieunternehmen. Nach seiner Tätigkeit als Hightech- und Telecom-Consultant beim Beratungsunternehmen McKinsey arbeitete er als Senior Manager für den Bereich Smartphones bei LG Electronics in Seoul. Später gründete er u.a. Deliveryhero Korea; diese Markteinheit innerhalb der börsennotierten Deliveryhero Gruppe (Xetra-Kürzel: DHER) führte er zudem als CEO. Ludolf Ebner ist begeisterter Digitalunternehmer und möchte dabei helfen, die wachsenden Datenmengen positiv für den Mittelstand zu nutzen.