

## All for One Steeb AG

Suchbegriff 1. All for One, -Steeb AG

Verlag Handelsblatt GmbH, URL: [www.vhb.de](http://www.vhb.de)  
Redaktion Handelsblatt Redaktion, Tel.: 0211 887 0, E-Mail: [handelsblatt@vhb.de](mailto:handelsblatt@vhb.de)

 Ausgabe 10.11.2016  
 Seite 59  
 Rubrik Spezial

Medientyp Tageszeitungen  
Erscheinungsweise täglich  
Branche Wirtschaft Allgemein  
Bundesland Überregional

Publikation	verkauft	verbreitet	gedruckt	Reichweite Mio	Medien-Nr.
Handelsblatt	122.004	127.794	103.194	0,38	1020

ARGUS® Ausschnitt Medienbeobachtung, © Copyright des Artikels liegt beim Verlag

286.212.759



051.069 | 17 | X | ■ | 1



# Die digitale Kreditklemme meiden

**Viele Banken tun sich schwer damit, digitale Investitionsprojekte zu bewerten. Wie Firmen damit umgehen können.**

Thomas Luther Düsseldorf

Her zaghaft geht der deutsche Mittelstand das Thema Digitalisierung an. So plant einer Studie der Unternehmensberatung Softselect zufolge, die dem Handelsblatt exklusiv vorliegt, rund ein Drittel aller Unternehmen, in den kommenden drei Jahren in Kommunikations- und Kollaborationslösungen zu investieren. Auf Sicht der kommenden zwölf Monate ist es knapp jede fünfte Firma.

Mit Kollaborations- und Kommunikationssoftware können Mitarbeiter, die über Computernetze verteilt sind, zusammen mit Maschinen an Projekten arbeiten und miteinander kommunizieren. Bedenklich dabei: Über die Hälfte der befragten Firmen plant überhaupt keine Investitionen in diesem Bereich. „Im Mittelstand allgemein ist die Erkenntnis noch nicht durchgedrungen, dass die Digitalisierung auch ein Finanzierungsthema ist“, beobachtet Christian Groschupp, Leiter Kompetenzzentrum Finanzierung bei der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner.

## Zurückhaltende Planung

In welchen Bereichen Investitionen in neue Software geplant sind\*

Kommunikation	39 %
ERP	36 %
Kollaboration	32 %
DMS	30 %
Produktion und Logistik	24 %
Keine Investitionen geplant	33 %

\*Antworten in Prozent der Befragten; befragt wurden IT-Verantwortliche von 200 Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung im Herbst 2016

HANDELSBLATT

Quellen: SoftSelect, All for one Steeb

Ein Punkt, der dabei häufig außer Acht gelassen wird: Mit der Digitalisierung verändern sich häufig auch Erlösmodelle. Stand früher der Produktverkauf im Vordergrund, zahlt der Kunde zukünftig unter Umständen nur noch für die Inanspruchnahme - zum Beispiel die tatsächlichen Betriebsstunden einer Maschine. „Wenn ich so eine Leistung anbieten will, brauche ich eine andere Finanzierung, da der Umsatz aus Sicht des Unternehmens nicht mehr auf einen Schlag, sondern über einen längeren Zeitraum in kleineren Portionen erfolgt“, gibt Groschupp zu bedenken.

Mit der Bewertung solcher Erlösmodelle tun sich viele Banken jedoch noch extrem schwer. Folge: Die Finanzierung von Investitionen in digitale Projekte droht vor allem bei Unternehmen mit durchschnittlicher bis schwacher Bonität ins Stocken zu geraten. „Auf uns kommt eine Art digitale Kreditklemme zu“, fürchtet der Finanzierungsexperte.

Dazu kommt, dass viele Banken keine Antwort auf die Herausforderungen haben, vor denen ihre Unternehmenskunden in Sachen Digitalisierung stehen. „Bei der Finanzierung werden häufig immer noch Standardprodukte angeboten und Standardprozesse verwendet“, so Groschupp. „Aber die Anforderungen der Kunden werden sich jetzt schnell ändern.“

Die Frage indes ist, was Unternehmer von sich aus tun können, um ihre Situation zu verbessern. „Der Unternehmer muss sich darauf vorbereiten, dass er mehr Informationen für den Bankpartner zur Verfügung stellt“, sagt Martin Keller, Head of Product Management Mittelstandsbank bei der Commerzbank. Dazu gehört vor allem, dass er zukunftsgerichtete Daten liefert wie zum Beispiel einen mittelfristigen Business- und Liquiditätsplan. „Und er sollte eine klare Einschätzung der zukünftigen Markt- und Wettbewerbssituation haben“, so Keller.