



**THINKTANK**survey  
FIRMENKUNDENBETREUER

DEZEMBER 2021

# SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

Ausgabe 7, Herbst 2021

MITHERAUSGEBER



HOULIHAN LOKEY

traxpay



## INHALT

BANKER UND BANK.....	3
MARKT .....	6
SCHWERPUNKTTHEMA STRATEGIE .....	9
SCHWERPUNKTTHEMA ARBEITSUMFELD .....	12
KOMMENTARE .....	16

# SURVEY FIRMENKUNDENBETREUER

## HERBST 2021

Mehr als in normalen Zeiten müssen Befragungen in diesen Tagen vor dem Kontext ihrer Erhebung gesehen werden. Die aktuelle Umfrage fällt in eine besondere Zeit: Die Antworten erhielten wir im Oktober und November, die meisten allerdings im Oktober. In dieser Zeit spürten offenbar viele der Befragten noch den Optimismus des Sommers, die Pandemie schien fast überwunden. Einige der Antworten würden heute vermutlich anders gegeben werden, das betrifft vor allem einige Einschätzungen zu unserem Themenschwerpunkt Arbeitsumfeld. Die Zeitreihen und unser Themenschwerpunkt Strategie sind davon weniger betroffen.

Als Seismograph ist die Sales-Mannschaft der Banken unverzichtbar: Keiner hat das Ohr so nah am Markt und ist so eng mit den Produkt- und Risikobereichen der Banken verzahnt. Darum sind die Firmenkundenbetreuer ein Pulsmesser für das Corporate Banking – und für uns eine wichtige Zielgruppe. Und darum fragen wir sie halbjährlich nach ihrem Befinden, ihrer Marktbeobachtung und ihrer Meinung.

## BANKER UND BANK

In unseren Zeitreihen schauen wir sechs Monate in die Vergangenheit. Wir blicken damit in eine Zeit, in der sich das Geschäft mit den Firmenkunden an vielen Stellen normalisiert hatte. Und so sehen wir auch in den Einschätzungen unserer Firmenkundenbetreuer eine durchaus wohlthuende Normalität. Und wir treffen auf Firmenkundenbetreuer, die wir noch nie so zufrieden erlebt haben. Allerdings gibt es auf der Ebene des Gesamtmarktes nach wie vor Befunde, die Anlass zur Sorge geben.



**Bastian Frien**  
Gründer und Geschäftsführer  
FINANCE Think Tank

✉ [bastian.frien@finance-thinktank.de](mailto:bastian.frien@finance-thinktank.de)

## NOCH NIE SO ZUFRIEDEN, ABER WIEDER WECHSELWILLIG

So richtig erklären können wir es nicht: Noch nie waren unsere befragten Firmenkundenbetreuer so zufrieden mit ihrer Arbeit wie im Moment. Das hat vielleicht damit zu tun, dass sich im Befragungszeitraum das Arbeiten wieder ein bisschen wie früher anfühlte. Der Krisenmodus war bei vielen ausgeschaltet, Kunden konnten auch wieder persönlich besucht werden – was braucht ein Firmenkundenbetreuer mehr?

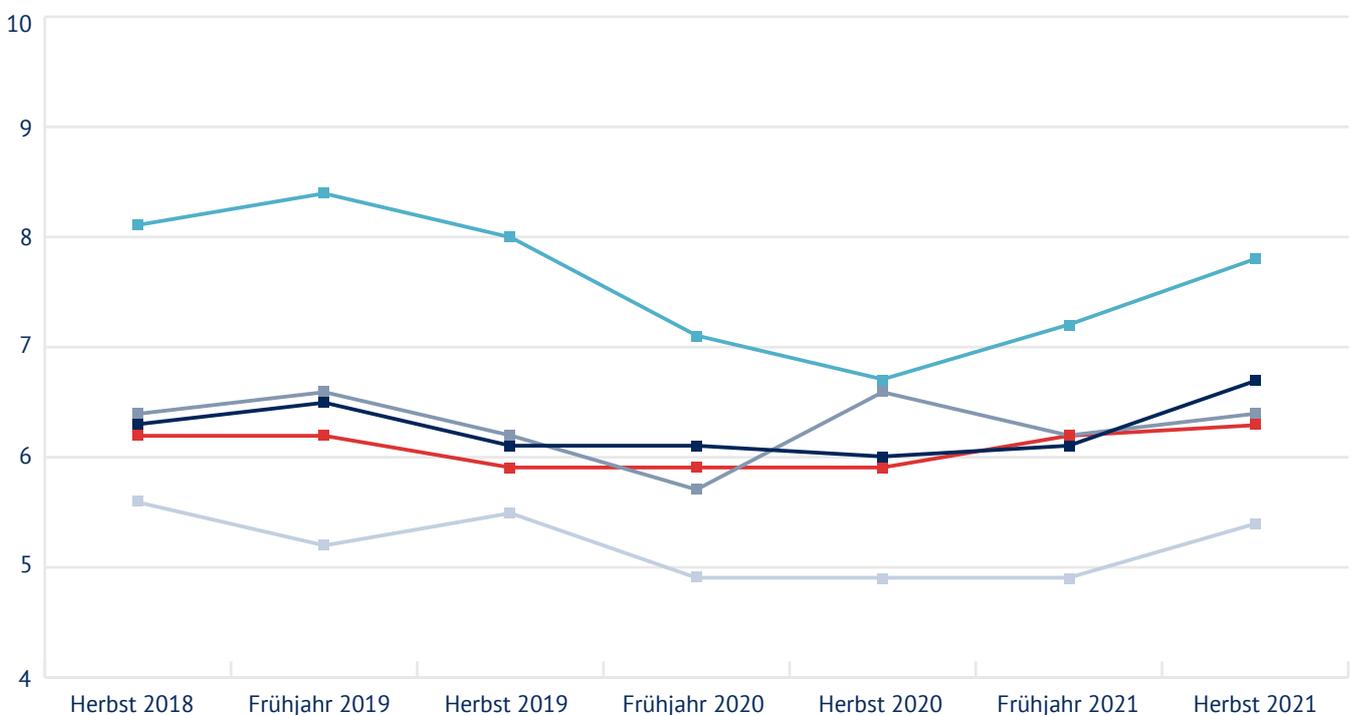
Die Freude an der aktuellen Arbeit verhindert nicht, dass die Firmenkundenbetreuer gerne andere Gelegenheiten ergreifen. Tatsächlich war die Wechselwilligkeit in der Unsicherheit der Pandemie gesunken und blieb stabil niedrig. Das ist vorbei: Offenbar ist das Vertrauen in die eigene Branche und damit auch in andere Häuser und in die eigene Risikofreude wieder gewachsen.

Besonders spannend sind die Einschätzungen zur Wettbewerbsintensität: Der gefühlte Wettbewerb wurde mit den ersten Zeichen einer konjunkturellen Eintrübung im Herbst 2019 bereits geringer. Im Laufe der Pandemie sank er auf ein Rekordtief. Schon in der letzten Befragung allerdings ging der Wert wieder deutlich nach oben und hat jetzt schon wieder ein relativ hohes Niveau erreicht. Unser Survey bildet also sehr schön ab, wie zurückhaltend die Banken in der Krise im Neugeschäft waren.

### Macht Spaß, aber woanders noch mehr?

Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

● Arbeitszufriedenheit ● Wechselwilligkeit ● Erreichen persönlicher Ziele ● Wettbewerbsintensität ● Wettbewerbsposition



## EIGENE SCHWÄCHE ODER SCHWÄCHE DES HAUSES?

Für diese Ausgabe haben wir uns mal wieder eine Gruppe herausgegriffen: die Kollegen, die mit der Wettbewerbsposition ihres eigenen Hauses unzufrieden sind (Antworten 0-5). Wir haben uns mal angeschaut, wie sich das auf die Arbeitszufriedenheit, die Wechselwilligkeit und das Erreichen der persönlichen Ziele auswirkt. Außen vor gelassen haben wir alle über 55, weil diese Gruppe generell sehr wenig wechselwillig ist.

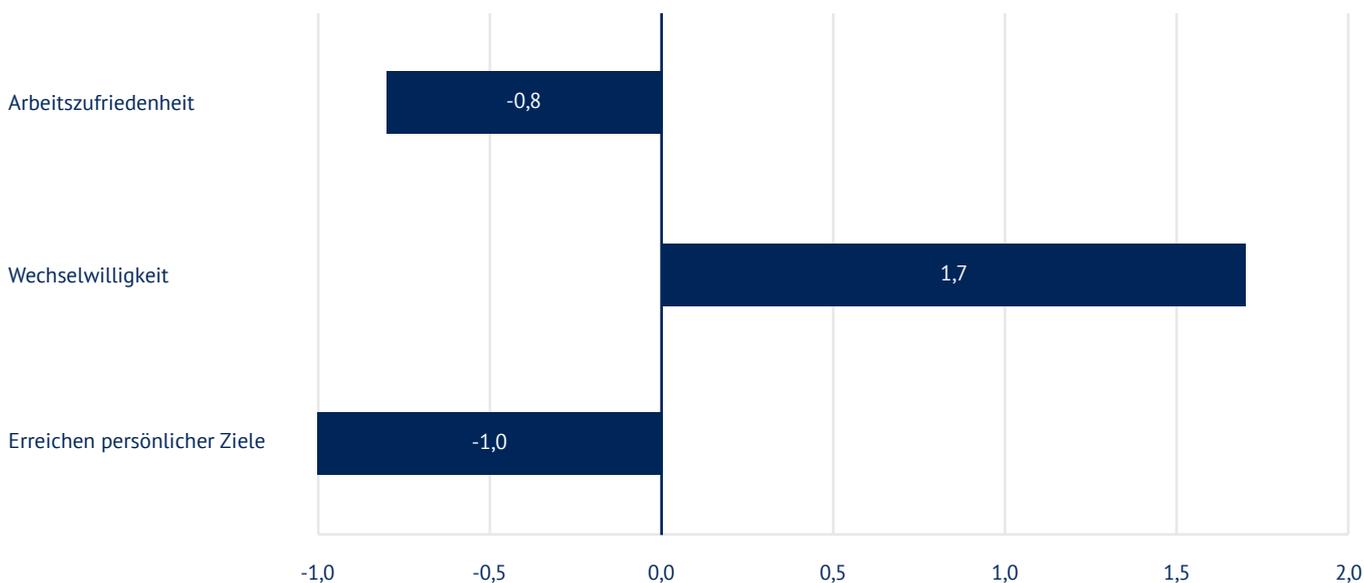
Und siehe da: Es gibt einen sehr direkten Zusammenhang. Ob die Einschätzung der Kollegen nun stimmt oder nicht, sie erreichen auf jeden Fall seltener ihre persönlichen Ziele, haben weniger Freude an ihrer Arbeit und sind deutlich eher bereit, einem neuen Arbeitgeber eine Chance zu geben.

Jetzt wäre es ja noch spannend zu wissen, aus welchen Häusern die Unzufriedenen kommen. So einfach ist die Sache aber nicht: Wir befragen ja anonym und erfassen nur die Bankengruppen. Und das ist leider nicht sehr hilfreich: Die Frustrierten kommen aus den Geschäftsbanken, den Auslandsbanken, den Sparkassen, den Landesbanken und dem genossenschaftlichen Sektor. Vielleicht ist es also doch eher eine gefühlte Schwäche ...

### Der Frust der gefühlt Schwachen

(Abweichung zu den restlichen Befragten, Skala von 0 = sehr niedrig bis 10 = sehr hoch)

● Unzufrieden mit der Wettbewerbsposition (0-5)



# MARKT

Im Rückblick wird die Pandemie in unserer Zeitreihe ein sehr sichtbarer Ausschlag bleiben. Aber eben doch nur ein Ausschlag und kein Trendsetter. Vor einem Jahr erlebten wir eine dramatische Trendumkehr: Nachdem seit Beginn der Befragungen die Kreditmargen immer weiter gesunken waren und die Kreditbedingungen immer mehr gelockert wurden, konnten die Banken endlich die Zügel anziehen. Schon vor einem halben Jahr war dieser Trend aber deutlich abgeschwächt. Und nun hat er sich wieder umgekehrt, das Geld wird wieder billiger, die Konditionen wieder laxer. Starker Wettbewerb, unfassbar viel Liquidität und maue Nachfrage sind ein gefährlicher Cocktail für die Bankbilanzen.

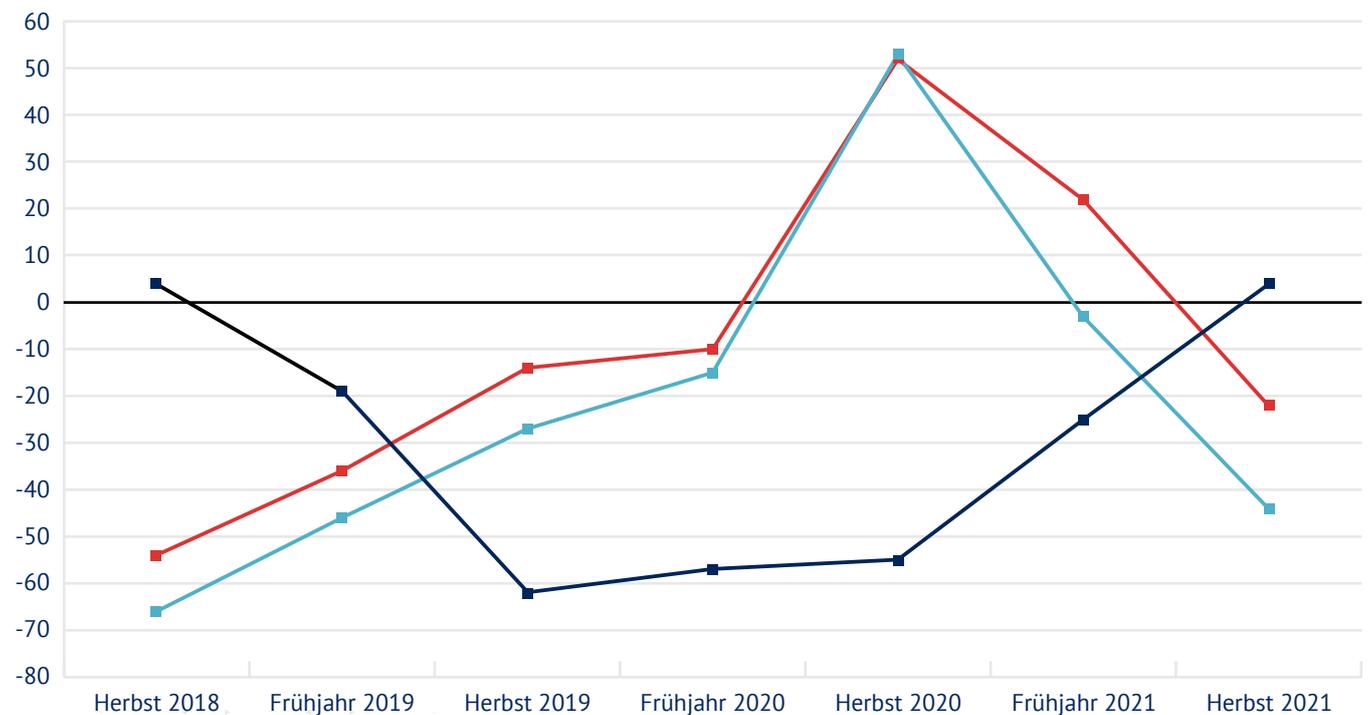
## DARF ES EIN BISSCHEN MEHR RISIKO SEIN?

Eine gute Nachricht für den Gesamtmarkt hält die Befragung aber bereit: Die Konzentration auf die guten Risiken scheint gestoppt. Seit 30 Monaten haben wir immer dieselben Antworten erhalten: Der Risikoappetit der Banken nahm immer weiter ab. Das ist endlich vorbei, auch wenn das Pendel nur sehr sachte zurückschlägt. Immerhin: Zum ersten Mal seit der allerersten Ausgabe berichten mehr Befragte von einem steigenden als von einem nachlassenden Risikoappetit ihres Hauses. Mal schauen, ob daraus mit der nächsten Befragung ein Trend wird.

### Der Käufermarkt ist zurück!

Saldo der Antworten in Prozentpunkten

● Risikoappetit ● Kreditmargen ● Kreditbedingungen



## KEINE ENTWARNUNG, ABER AUCH KEINE KATASTROPHE

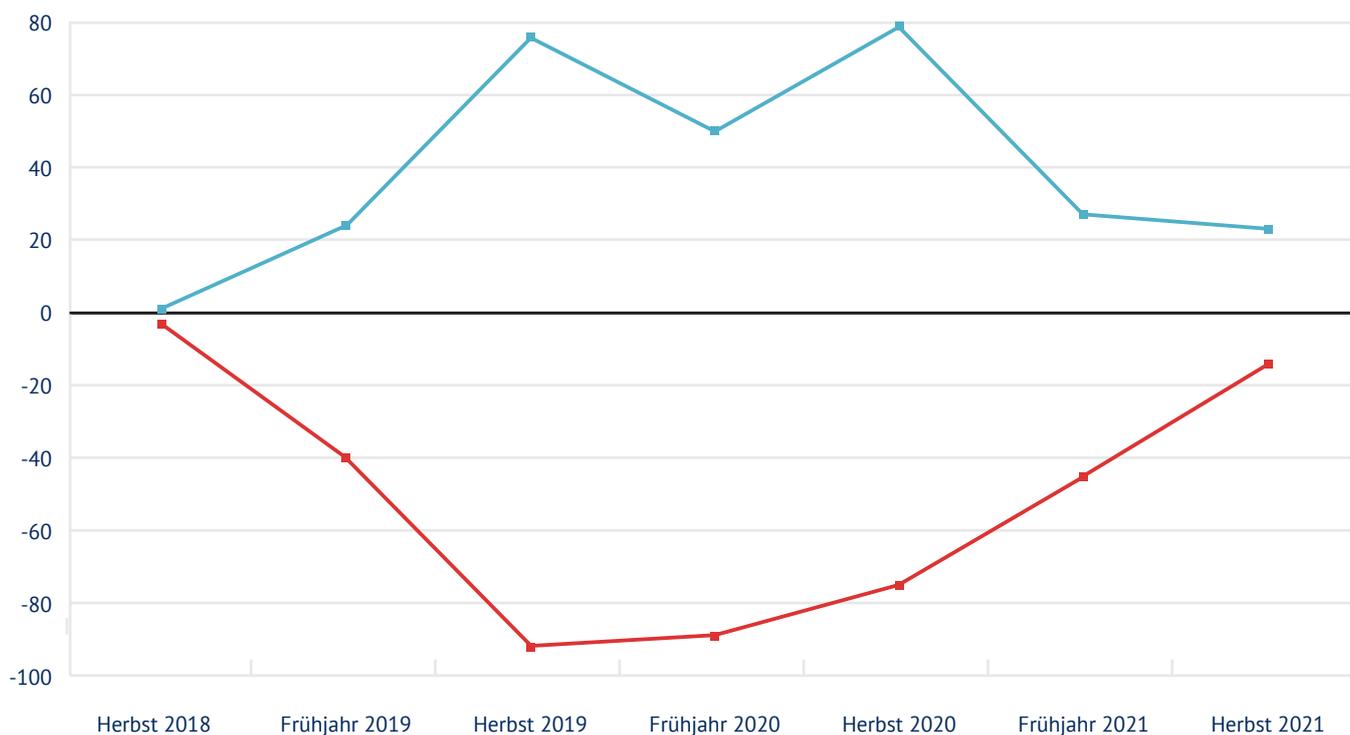
Das Bestandsgeschäft ist weiter unter Druck, aber durch Corona keineswegs implodiert – das kann man jetzt klar feststellen. Es ist schon gute Tradition, dass unsere Befragten von mehr Covenant-Brüchen als im vorherigen Halbjahr und von mehr Rating-Downgrades als Upgrades in ihrem Kundenportfolio berichten. Das war auch diesmal der Fall, aber mit nachlassender Dynamik.

Dennoch: Damit bleibt ein Trend intakt, der Anlass zur Sorge geben muss. Irgendwann muss die Qualität des Portfolios schließlich mal wieder besser werden. Auf der anderen Seite muss man sagen: Es hätte schlimmer kommen können. Schließlich sollten für viele Kunden jetzt die Zahlen von 2020 vorgelegen haben, ein dramatischer Einbruch war das Schreckensjahr also offenbar nicht.

### Es regnet weiter rein

Saldo der Antworten in Prozentpunkten (negativ bei Rating: mehr Downgrades; positiv bei Covenants: mehr Brüche)

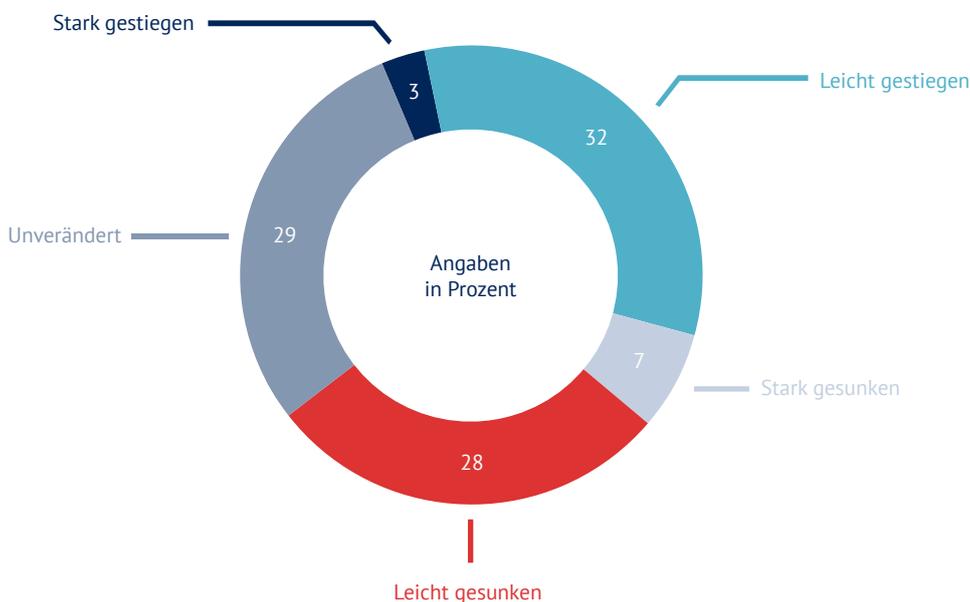
● Rating-Veränderungen ● Covenant-Brüche



## DIE KUNDEN NEHMEN WIEDER GELD IN DIE HAND

Nicht erst durch Corona, sondern schon seit Beginn der konjunkturellen Eintrübung im Herbst 2019 beobachten unsere Firmenkundenbetreuer eine nachlassende Investitionsneigung bei ihren Kunden. Mit der Pandemie wurde aus der Zurückhaltung schon fast eine Verweigerung. Die gute Nachricht: Damit scheint es erst einmal vorbei zu sein. Zum ersten Mal seit zweieinhalb Jahren sieht keine relative Mehrheit weniger Investitionen. Das ist jetzt noch kein Durchbruch, immerhin halten sich beide Richtungen exakt die Waage. Da aber die Unsicherheit noch nicht verschwunden ist, nehmen wir das mal als Zeichen einer Trendumkehr – und sind gespannt auf die nächste Befragung.

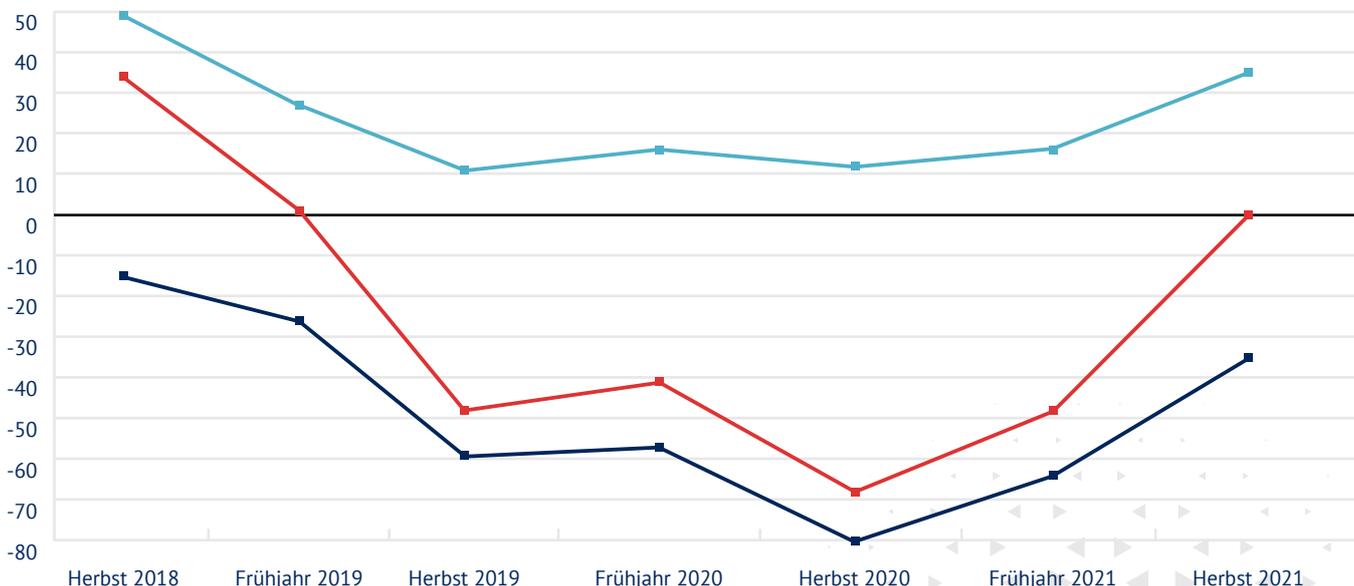
### Genug gespart



### Trendwende nach zwei mageren Jahren?

» Wie hat sich die Investitionsbereitschaft Ihrer Kunden in den vergangenen sechs Monaten entwickelt?

● Leicht oder stark gesunken ● Leicht oder stark gestiegen ● SALDO Angaben in Prozent



# SCHWERPUNKT STRATEGIE

Firmenkundenbanken bewegen sich nicht im luftleeren Raum. Konkurrenz kommt nicht nur von den Kollegen anderer Häuser, sondern auch von Fintechs und Big Tech. Um sich zu behaupten, muss das eigene Haus seine Hausaufgaben machen und den Vertrieb stärken. Wir haben unsere Firmenkundenbetreuer zu ihrer Meinung befragt, wo die Bedrohungen herkommen und wie sie selbst aufgestellt sind.

## MIT SICH UND DER EIGENEN POSITION ZUFRIEDEN

Die gute Nachricht zuerst: Die Befragten sind mit ihrer Vertriebsleistung und ihrer Position im Haus ziemlich happy. Jeder weiß, dass am Kredit allein wenig Ertrag kleben bleibt, wenn man ehrlich rechnet. Renditetreiber ist darum das Cross-Selling, das vom Zahlungsverkehr über Absicherungsgeschäfte bis zu Kapitalmarktmandaten reicht. Nur ein knappes Drittel ist unzufrieden damit, wie die eigene Bank das Cross-Selling-Potenzial ausnutzt. Dabei sollte man allerdings nicht vergessen: Das Potenzial zu heben ist vor allem die Aufgabe des Firmenkundenbetreuers ...

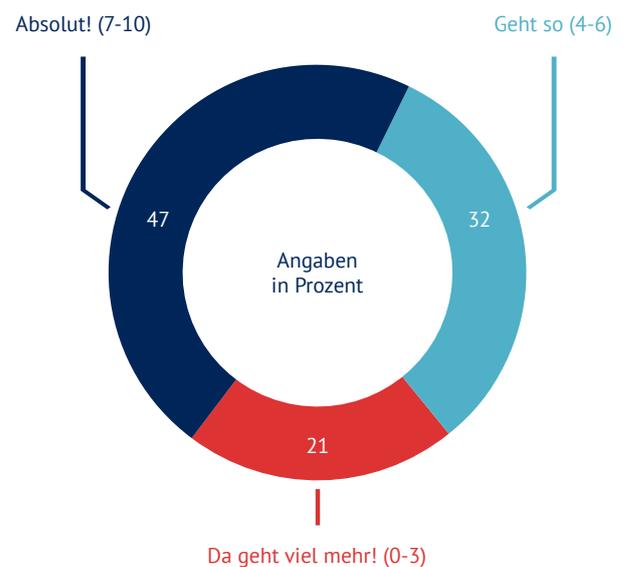
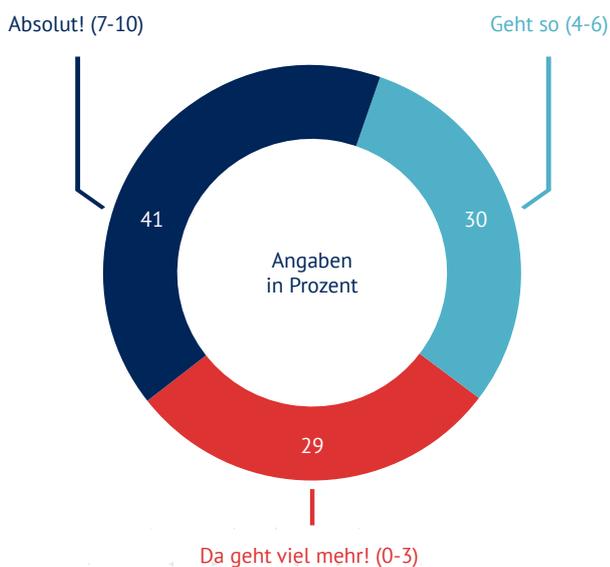
Dafür braucht es natürlich auch die richtige Positionierung beim Kunden. Auch da zeigen sich unsere Befragten aber sehr zufrieden: Nur einer von fünf findet, er oder sie sollte noch besser als zentrale Schnittstelle beim Kunden positioniert werden. Das scheint aber mehr eine persönliche Empfindung zu sein als davon abzuhängen, ob die Produktkollegen selbst auf Kundenjagd gehen – die Unzufriedenen finden sich nämlich in allen Bankengruppen recht gleichmäßig verteilt.

### Gute Noten für das Cross-Selling ...

- » „Mein Haus nutzt die Möglichkeiten für Cross Selling optimal aus.“  
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

### ... und die eigene Positionierung

- » „Mein Haus tut genug dafür, dass wir auch künftig die zentrale Schnittstelle zum Kunden bleiben.“  
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



## DIE FINTECH-STRATEGIE FUNKTIONIERT NOCH NICHT

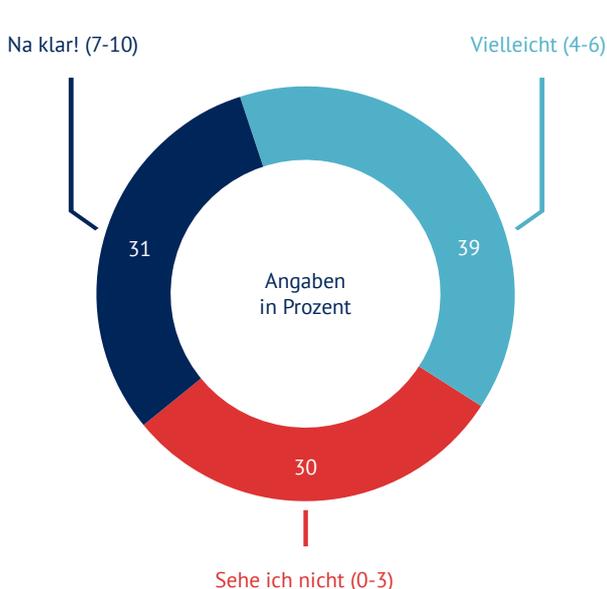
Machen wir uns nichts vor: Die Angst vor den Fintechs geht bei den Banken schon lange nicht mehr um. Auf Ablehnung folgte Aufregung und dann Beschnuppern, seitdem ist das Verhältnis von Platzhirschen und Herausforderern ein geschäftsmäßiges geworden – oftmals eher auf Abstand. Die Geschäftsmodelle der Fintechs sind so vielfältig wie ihre Auswirkungen auf Banken. Plattformen wie 360t haben Banken geärgert, weil sie ihnen zwar nicht das Geschäft weggenommen, aber Margen gedrückt haben. Giganten wie PayPal machen Banken sogar weitgehend überflüssig. Andere Fintechs setzen dagegen auf eine enge Kooperation mit Banken, um gemeinsam mehr Ertrag aus den Kunden zu holen.

Dass Plattformen in vielen Feldern die Zukunft gehört ist unbestritten. Unsere Firmenkundenbetreuer sehen darin eine echte Bedrohung: Nur drei von zehn glauben nicht an die Gefahr, dass Banken von Fintech-Plattformen marginalisiert werden könnten. Gut laufende Kooperationen sieht aber nicht mal ein Viertel. Die Hälfte nimmt wenig Zusammenarbeit wahr – das stimmt zwar nicht für die Zahl der Kooperationen, aber leider für ihre Vitalität. Wobei es natürlich auch an den Firmenkundenbetreuern liegt, Kooperationen am Kunden leben zu lassen.

### Fintechs sind eine Bedrohung ...

» „Banken laufen Gefahr, von Fintech-Plattformen marginalisiert zu werden.“

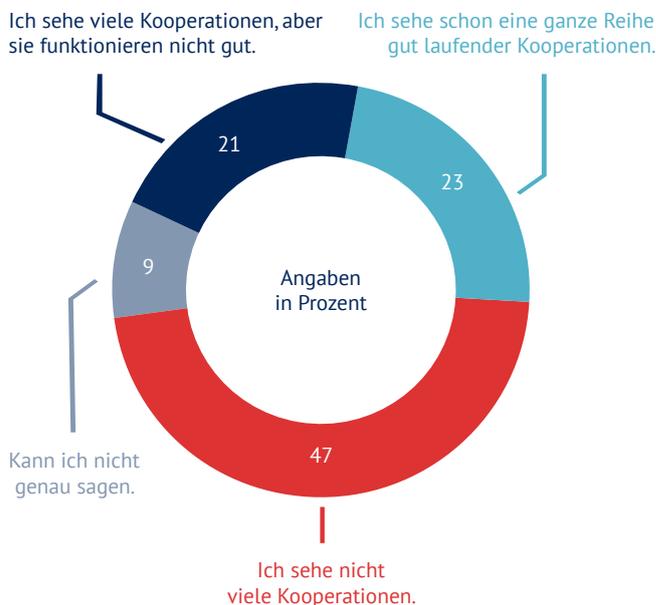
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



### ... gegen die Kooperationen bislang nicht helfen

» „Wie beurteilen Sie die aktuelle Zusammenarbeit von Banken und Fintechs im Firmkundengeschäft?“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



## BIG TECH BRAUCHT BANKEN, UND WAS SIND KUNDEN-PLATTFORMEN?

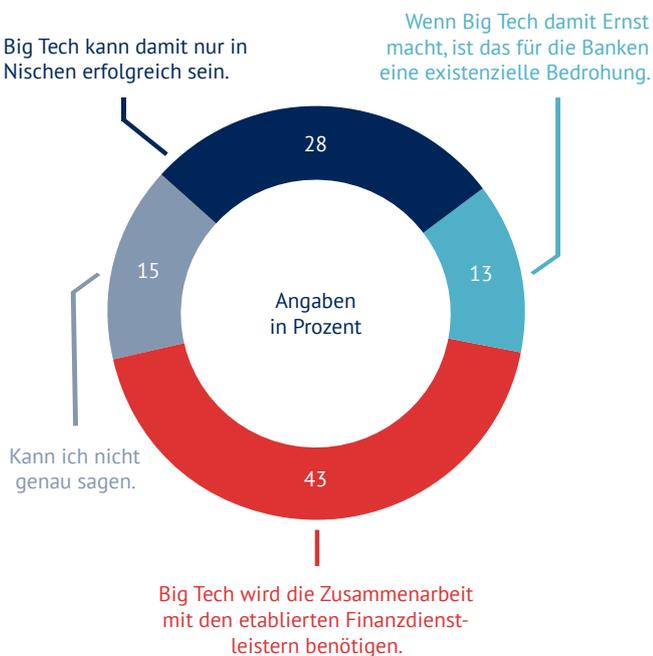
Dass Big Tech ins Banking einsteigt, ist eine der großen Sorgen der Strategen in der Finanzbranche. An Hinweisen, dass das durchaus passieren könnte, mangelt es nicht. Unsere Firmenkundenbetreuer zeigen sich trotzdem entspannt: Nur jeder Achte sieht Armageddon heraufziehen, falls Big Tech wirklich Ernst macht. Ein Viertel traut Big Tech nur in Nischen Erfolg zu, fast die Hälfte glaubt dagegen, dass es ohne die Banken nicht geht. Das mag auch sein – sagt aber nichts darüber aus, wer auf der Kundenbeziehung sitzt und das meiste Geld verdient ...

Ein Buch mit sieben Siegeln sind offenbar noch die jüngsten Bemühungen großer Corporates, eigene Plattformen aufzubauen. Sie versuchen, ihren Kunden nicht nur das eigene Angebot, sondern auch Produkte und Dienstleistungen von Partnern zu verkaufen. Für diese One-Stop-Shop-Lösungen erhält der Kunde nur eine einzige Rechnung – und damit gibt es auch nur einen einzigen Zahlungsstrom über eine einzige Bank, die das Geld hinterher an die einzelnen Lieferanten verteilt. Der Zahlungsverkehr konzentriert sich damit auf diejenige Bank, die der Großkunde auserwählt hat. Das ist eine große Chance für die starken Banken und eine Bedrohung für die anderen. Unsere Befragten können mit diesem Konzept bislang offenbar noch wenig anfangen – fast die Hälfte traut sich dazu keine Meinung zu.

### Big Tech kann ohne Banken nur Nischen

» „Wie beurteilen Sie die Bestrebungen großer Tech-Unternehmen (Big Tech), eigene Bonitätsbeurteilungen ihrer Kunden zu erstellen und ihnen Finanzdienstleistungen anzubieten?“

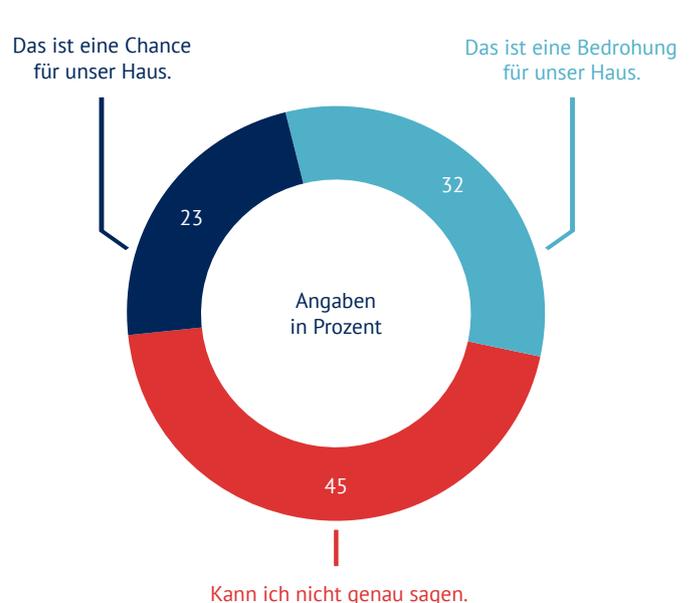
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



### Absatz-Plattformen sind noch unbekannt

» „Wie beurteilen Sie die Aussicht, dass durch Absatz-Plattformen großer Unternehmen der Zahlungsverkehr und die Absatzfinanzierung gebündelt werden?“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



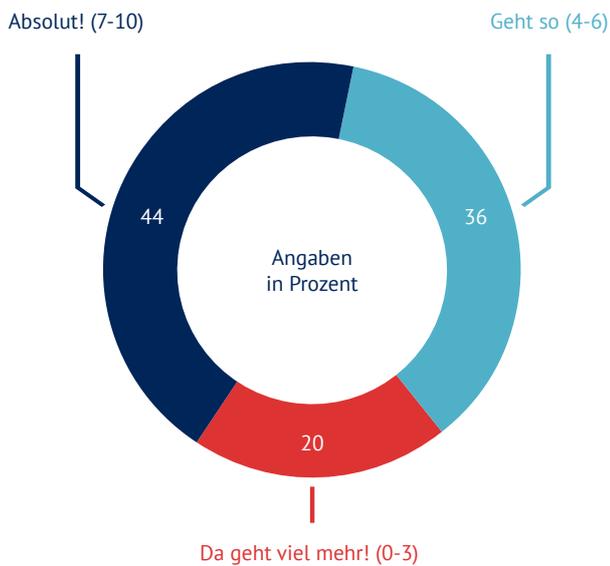
# SCHWERPUNKT ARBEITSUMFELD

Ein Klassiker aus dem Vertrieb: „Ich habe keine Zeit, mich um meine Kunden zu kümmern.“ Nur übertroffen von: „Auch noch Neukunden zu akquirieren geht gerade gar nicht.“ Wenn man unsere Firmenkundenbetreuer anschaut, kommt diese Klage ungewöhnlich selten. Nur einer von drei ist sehr unzufrieden mit der verfügbaren Zeit für die Kundenakquise. Und sogar nur einer von fünf hat gefühlt viel zu wenig Zeit für die Bestandskunden. Das ist ein Wert, mit dem die Chefs durchaus zufrieden sein können – und sich fragen werden, ob da nicht noch mehr geht ...

## Reichlich Zeit für die Bestandskunden ...

» „Ich habe genügend Zeit, um mich um meine Bestandskunden zu kümmern.“

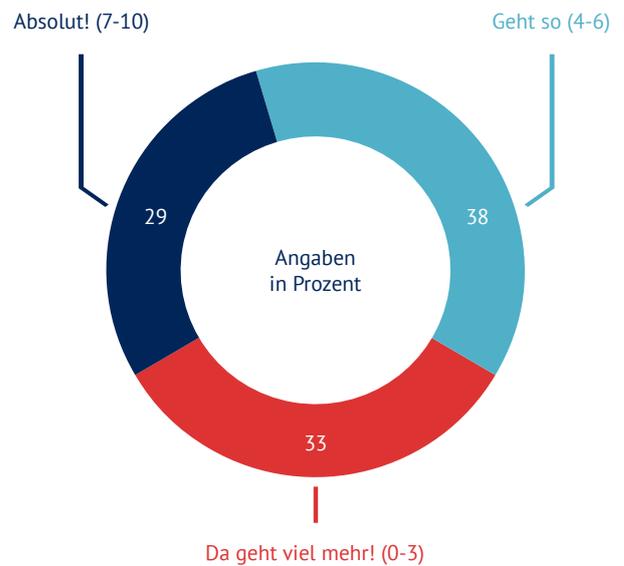
Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch



## ... aber zu wenig für Neukunden

» „Ich habe genügend Zeit, neue Kunden zu gewinnen.“

Skala von 0 = Zustimmung sehr niedrig bis 10 = sehr hoch

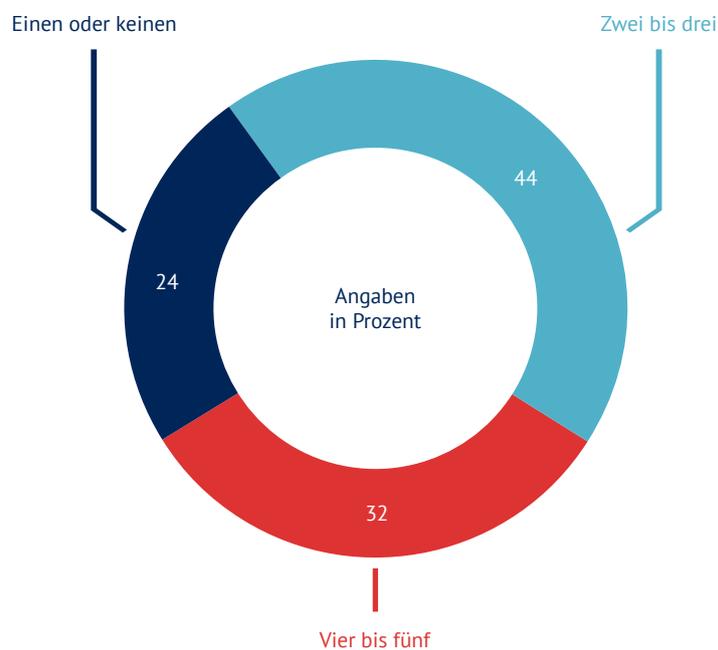


## DIE RENAISSANCE DES BÜROS

Die Pandemie hat die Arbeitsplatzwahl im Sommer nicht mehr so bestimmt wie die fünfzehn Monate davor. Das Home Office hatte zwar nicht ausgedient, knapp ein Drittel war fast komplett zu Hause. Aber immerhin jeder vierte Firmenkundebetreuer hat mindestens vier Tage pro Woche im Büro verbracht oder war unterwegs- (vorübergehend wieder) tempi passati ...

### Home Office auf dem Rückzug

» „Wie viele Tage haben Sie im Durchschnitt in den letzten sechs Monaten pro Woche im Home Office verbracht?“



## BEIM KUNDEN IST ES DOCH AM SCHÖNSTEN

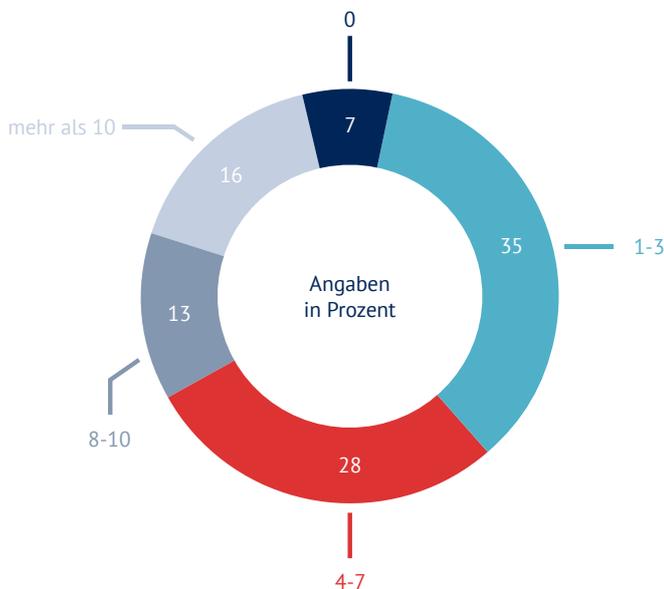
Der Kundenbesuch ist das Lebenselixier des Vertrieblers. Natürlich haben sich alle an Telefon- und Videobetreuung gewöhnt – aber Spaß macht doch so richtig erst der persönliche Kontakt, am besten beim Kunden in der Firma. Unsere Firmenkundenbetreuer konnten im Sommer endlich wieder auf die Straße. Nur einer von vierzehn hat in den vergangenen sechs Monaten keinen einzigen Kunden persönlich besucht. Die große Mehrheit hat zwischen einem und sieben persönliche Kontakte pro Monat gehabt. Und immerhin jeder Sechste kam auf mehr als zehn Kundenbesuche im Monat – das klingt doch fast schon wieder wie früher!

Und glaubt man den Befragten, dann wird alles noch schöner. Satt 94 Prozent der Firmenkundenbetreuer haben bekundet, dass sie in den nächsten sechs Monaten die Zahl ihrer Kundenbesuche leicht oder sogar stark steigern werden. Dass es wohl nicht so kommen wird, liegt gewiss nicht an mangelnder Reisebereitschaft ...

Wer sind die Power-Besucher unter den Firmenkundenbetreuern? Interessant: Es sind die älteren Hasen, kein einziger zählt weniger als 46 Jahre. Und sie wollen noch mehr: Über 70 Prozent von ihnen rechnen mit einer starken Zunahme der Kundenbesuche. Zufriedener als der Schnitt sind sie allerdings trotz der vielen Kundenkontakte nicht. Das hat vielleicht damit zu tun, dass Kundenbesuche aufwendig sind: Die Power-Besucher klagten deutlich mehr über Mangel an Zeit für Bestands- und Neukunden als ihre Kollegen.

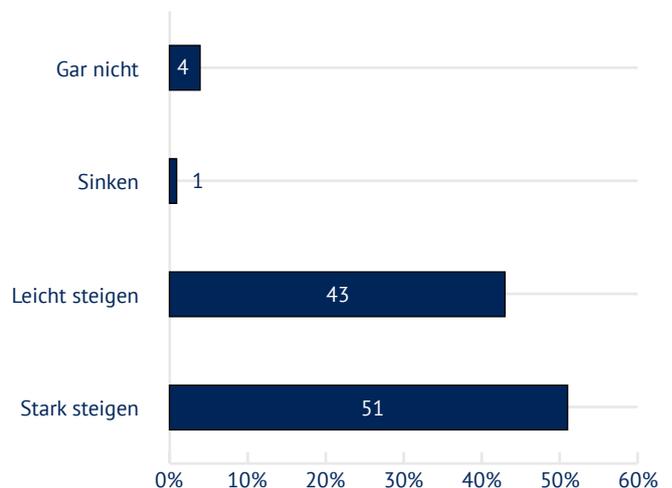
### Ein, zwei Kunden pro Woche waren es schon ...

» „Wie viele Kunden haben Sie in den vergangenen sechs Monaten pro Monat persönlich besucht?“



### ... aber es werden noch deutlich mehr!

» „Wie wird sich die Anzahl Ihrer Kundenbesuche in den kommenden sechs Monaten verändern?“



## KARRIERE? OCH NÖ ...

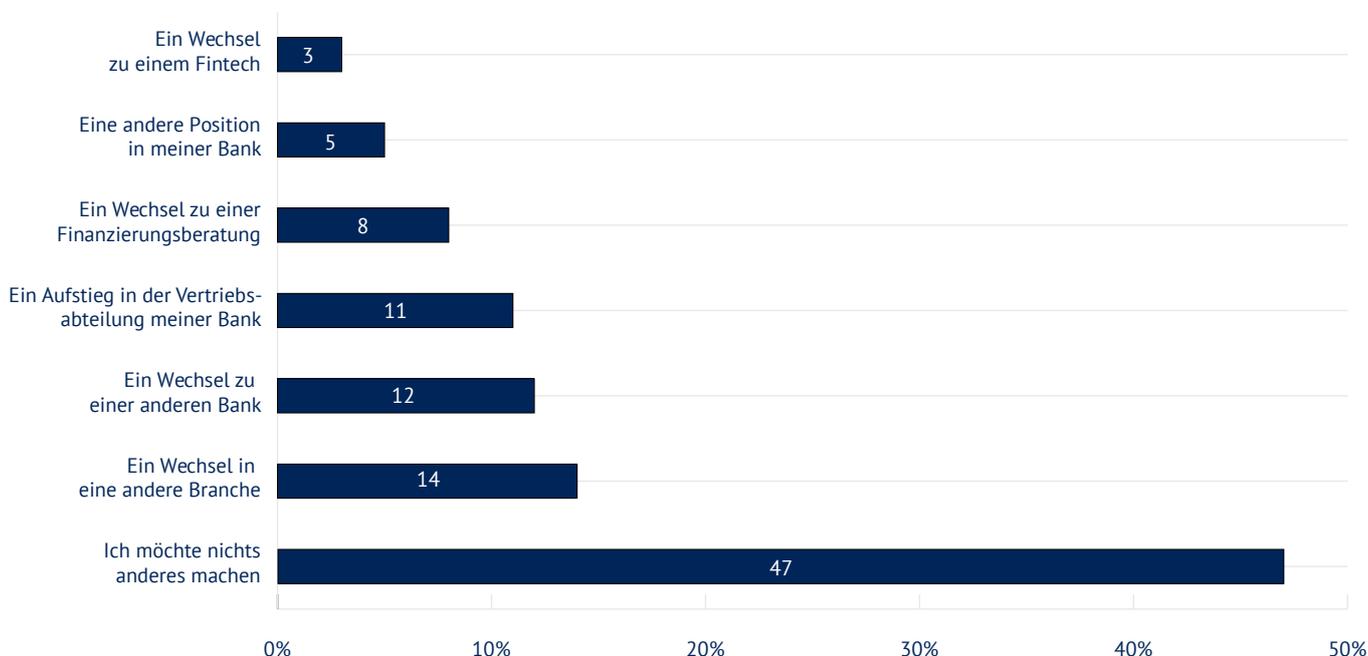
Die Kunden schätzen das gar nicht: Kaum hat man sich an seinen Firmenkundenbetreuer gewöhnt, da ist er auch schon wieder weg. Vor allem die guten, die von allen geschätzt werden, machen in der Regel rasch ihren Weg durch die Institutionen – oder werden von einem anderen Haus abgeworben. Das ist ein immer wiederkehrendes Ärgernis, das in Befragungen von Finanzabteilungen stets aufs Neue thematisiert wird.

Geht es nach unseren Befragten, dann muss das alles nicht sein. Denn der schönste Posten ist immer noch der eigene. Wir haben unsere Firmenkundenbetreuer gefragt, was denn der perfekte nächste Karriereschritt wäre. Erstaunlich, aber die Hälfte sagt: gar keiner! Und das sind weiß Gott nicht nur die Alten, in der Gruppe bis 45 Jahre ist die Quote genauso hoch.

Schauen wir uns mal den Rest an, der noch was vorhat: Jeder fünfte will im Vertrieb aufsteigen, ein paar weniger streben nach einer anderen Position in der Bank. Heißt umgekehrt: Von denen, die noch Karriere machen wollen, wünschen sich über zwei Drittel den nächsten Schritt außerhalb des aktuellen Hauses. Davon will ein Drittel am liebsten zu einer anderen Bank. Immerhin ein Viertel findet Finanzierungsberatung am spannendsten, während es jeden Siebten in eine andere Branche zieht. Fintechs ziehen bislang nur wenige an – die Abenteurer sind unter den Firmenkundenbetreuern doch eine seltene Spezies.

### Ich will bleiben, wo ich bin!

» „Was wäre Ihr liebster nächster Karriereschritt?“



## BRIEF

### LIEBE FIRMIENKUNDENBETREUER,

das Survey Firmenkundenbetreuer analysiert das Thema Status-Quo-Kooperationen zwischen Fintechs und Banken (S. 10). Heute leben Banken und Fintechs in Co-Existenz – wenn auch manchmal auf Abstand. Dass Plattformen die Zukunft gehört und Kooperationen durchaus Sinn ergeben, haben die Firmenkundenbetreuer verstanden. Doch zeigt die Studie richtig auf, dass zwischen Fintech und Bank geschlossene Kooperationen nicht nur unterzeichnet, sondern auch gelebt werden müssen – und zwar auf beiden Seiten. Bis die Kommunikation jedoch beim Firmenkundenbetreuer angekommen ist und dieser den Vorteil für seinen Kunden verinnerlicht hat, dauert es. Die Mühlen mahlen hier sehr langsam.

Genau hier fängt die Fleißarbeit an! Firmenkundenbetreuer müssen ihre eingefahrenen Wege verlassen und mit uns Fintechs neue Wege gehen. Die Kunst besteht für Fintechs und Banken genau darin, die eigentlich vorhandenen PS einer Kooperation auf die Straße zu bringen. Denn je schneller der Kunde von den neuen Produkten, die Fintechs geschaffen haben profitiert, desto stärker bleibt die Beziehung des Firmenkundenbetreuers zum Geschäftskunden.

In der aktuellen Befragung fällt auf, dass sich über zwei Drittel der Firmenkundenbetreuer, die Karriere machen wollen, eine Position außerhalb der Bank vorstellen. Aber: Ein Drittel will zu einer Bank, ein Viertel zur Finanzierungsberatung und nur jeder siebte zum Fintech. Wie kann das sein? Bei einem Fintech wie Traxpay zu arbeiten ist cool, agil und extrem inspirierend. Wir suchen immer KollegInnen, die in einem dynamischen B2B-Fintech nicht nur große Visionen haben, sondern diese auch umsetzen. Ohne Bürokratie und Nullachtfünfzehn. In einem Team von Menschen, die motiviert, innovativ und abenteuerlustig sind. Mit dem richtigen Mindset, einer Hands-on-Mentalität, Expertise und Teamgeist können Firmenkundenbetreuer in Fintechs viel bewegen.

Jeder siebte, der sich nun angesprochen fühlt, findet unsere offenen Posten hier: [Karriere - Traxpay](#)

Firmenkundenbetreuer: Ihr sitzt auf dem Fahrersitz! Der beste Weg die Zukunft zu gestalten, ist, diese mitzuerfinden. Schließen möchte ich mit den Worten von Charles Lindbergh.

***„Wahre Sicherheit wird paradoxerweise nur durch Wachstum, Reform und Wandel gewährleistet.“***

Euer

*Markus Rupprecht*



**Markus Rupprecht**  
Gründer und CEO  
Traxpay GmbH

✉ [markus.rupprecht@traxpay.com](mailto:markus.rupprecht@traxpay.com)

# KOMMENTAR

## UPDATE ZUM FINANZIERUNGSMARKT

### Rückkehr der Unsicherheit?

Es ist nicht einfach, den Zustand des Finanzierungsmarkts aktuell zu kommentieren. Die Entwicklungen rund um Omikron und mögliche Lock-downs in Deutschland bringen Unsicherheiten und Risiken zurück, die viele gedanklich schon abgehakt hatten. Aktuell gehen wir davon aus, dass sich die Auswirkungen in Grenzen halten werden, wobei einzelne Branchen wieder härter getroffen werden. Geschäfte sollen für Geimpfte zwar offenbleiben, ein boomendes Weihnachtsgeschäft für alle wird jedoch unwahrscheinlicher.

### Lieferketten und Rohstoffpreise

Neben Covid-19 standen in den letzten Monaten auch wieder andere Themen auf der Agenda: Explodierende Rohstoffpreise und Lieferkettenprobleme bedrohen die sich gerade erholenden Kennzahlen vieler Unternehmen. Rohstoffpreiserhöhungen können häufig erst mit Verzögerung weitergegeben werden, so dass negative Effekte auf die Profitabilität zu erwarten sind. Es bleibt spannend, wie sich dies in den nächsten Monaten weiter entwickeln wird.

### Bisher keine große Restrukturierungswelle

Die Erwartungen vieler Restrukturierungsberater auf gutes Geschäft in 2021 haben sich nur teilweise erfüllt. Es gab zwar ein paar größere Fälle, aber in Summe ist die erwartete Welle ausgeblieben. Dies liegt auch daran, dass Banken bei ihren Kernkunden in den letzten Quartalen sehr unterstützend reagiert haben – ein positiver Nebeneffekt des gelungenen Relationship Ansatzes. Hinzu kam (zumindest vor Omikron) der gestiegene Mut zu Neugeschäft.



**Dr. Johannes E. Schmittat**  
Managing Director | Capital Markets  
Head of Corporates and Liability Management,  
Europe  
Houlihan Lokey

✉ [johannes.schmittat@hl.com](mailto:johannes.schmittat@hl.com)

### In eigener Sache

GCA Altium ist seit Anfang Dezember 2021 Teil der Houlihan Lokey Gruppe. Durch die Kombination von GCA and Houlihan Lokey beraten wir als eines der größten unabhängigen Debt Advisory Teams in Europa in allen Fragen der Finanzierung.

# IMPRESSUM

## HERAUSGEBER

### **FINANCE Think Tank** **Corporate Banking & Finance**

Eine Initiative der Targecy GmbH  
Speicherstraße 16 | 60327 Frankfurt am Main  
[www.finance-thinktank.de](http://www.finance-thinktank.de)

Bastian Frien  
☎ +49 69 256 279-20  
✉ [bastian.frien@finance-thinktank.de](mailto:bastian.frien@finance-thinktank.de)

---

## KONTAKT MITHERAUSGEBER

### **Houlihan Lokey**

Taunusanlage 9-10 | 60329 Frankfurt am Main  
[www.hl.com](http://www.hl.com)

Dr. Johannes E. Schmittat  
☎ +49 69 204 34 64-33  
✉ [johannes.schmittat@hl.com](mailto:johannes.schmittat@hl.com)

### **Traxpay GmbH**

Schleusenstraße 17 | 60327 Frankfurt am Main  
[www.traxpay.com](http://www.traxpay.com)

Markus Rupprecht  
☎ +49 69 597 72 15-0  
✉ [markus.rupprecht@traxpay.com](mailto:markus.rupprecht@traxpay.com)

#### **HAFTUNGSAUSSCHLUSS**

Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr.