

KREDITKLEMMEN

## Kapital vom Kunden

**Wenn die Bank Nein sagt, finden einige Mittelständler neue Wege, um an frisches Geld zu kommen**

VON Monika Salchert | 10. Dezember 2009 - 07:00 Uhr

© Johannes Simon/ddp



Almabtrieb in den Allgäuer Alpen. Weil ihre Banken mit Krediten knausern, nehmen selbst Bauern Kapital von Kunden auf

Vor etwa sechs Jahren erhielten rund 1000 Stammkunden des Biomöbelhauses Genske einen Brief. Der Chef des Unternehmens pries darin nicht etwa seine aktuellen Produkte im Bereich Naturholzmöbel an, sondern er bat um Geld. Seine Hausbank hatte ihm den Hahn abgedreht, jetzt pumpte er die Kunden an. Bei 13 von ihnen fand der Mittelständler Gehör. Sie stiegen als stille Teilhaber in das Geschäft ein und liehen Genske die benötigte Summe: 135.000 Euro.

Binnen kürzester Zeit war Johannes Genske kein klammer Bittsteller der Banken mehr, sondern wieder flüssig. Ein von der Deutschen Bank fällig gestellter Kredit über 90.000 Euro konnte abgelöst werden. Den Rest des Geldes steckte er ins Geschäft. Biomöbel Genske steigerte so die Umsätze von 2,5 Millionen Euro im Jahr 2003 auf fast drei Millionen Euro im vergangenen Jahr. Den Gewinn in den zurückliegenden Jahren beziffert der 56-jährige Firmenchef auf mehr als 200.000 Euro. Statt der angekündigten vier Prozent Rendite gab es für die stillen Teilhaber im Jahresdurchschnitt mehr als sechs Prozent.

Der Kölner Geschäftsmann Johannes Genske gilt als Pionier des Modells »Kapital von Kunden«. Auch wenn sich Politik und Wirtschaft weitestgehend einig sind, dass noch keine Kreditklemme herrscht, so ist es doch für manchen kleinen Mittelständler derzeit schwierig, an neues Geld zu kommen. »Wir stellen fest, dass Unternehmen verstärkt über alternative Finanzierungskonzepte nachdenken«, sagt Alexandra Böhne, Finanzierungsexpertin des

Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). »Durch die derzeitige Finanzkrise haben diese Formen der Kapitalbeschaffung an Schwung gewonnen.«

Dass die Hilfe der Kunden funktionieren kann, zeigt auch das Beispiel von Peter Kohler in Erolzheim bei Memmingen. Er ist wie Johannes Genske Inhaber eines auf Naturholzmöbel spezialisierten Einrichtungshauses. Kohler wollte vor ein paar Jahren ein größeres Geschäftshaus nach neuesten Energiestandards bauen lassen. Für seine Idee erntete er bei seinen beiden Hausbanken zwar Beifall, Geld gaben sie ihm aber nicht. »Ich musste erkennen, dass eine zehnjährige positive Geschäftsentwicklung und stetige Umsatzzuwächse nicht ausreichen«, erzählt Kohler. Für ihn begann ein »Spießbrutenlauf« durch die Kreditabteilungen mehrerer Banken. Alle lehnten ab.

Aufgeben wollte der Unternehmer seine Expansionspläne aber nicht. Er nahm sich die Kölner Konkurrenz zum Vorbild und klopfte bei seinen Kunden an. Auch er gewann stille Teilhaber, außerdem eine Bürgengemeinschaft. Derart gestärkt, ging Kohler Mitte 2006 erneut auf Bankentour. Diesmal klappte es. Die GLS Gemeinschaftsbank, die spezialisiert ist auf die Finanzierung von sozialen und ökologischen Projekten, stieg ein. Ebenso stimmte jetzt die Bürgschaftsbank zu. Als auch die Raiba Illertal mitzog, bestellte Peter Kohler die Baumaschinen. Inzwischen hat das Unternehmen mehrere Auszeichnungen bekommen: Im Dezember 2008 den Umweltpreis des Landes, im selben Jahr den »Energie-Management-Award« und 2009 die Auszeichnung »Store Of The Year« des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels.

Die stillen Teilhaber und Bürgen sehen ihr Geld gut angelegt und erhalten eine feste Verzinsung von vier Prozent sowie Vergünstigungen beim Einkauf. Peter Kohler kann darauf verweisen, dass sein Umsatz um mehr als 30 Prozent zugelegt hat, seit er im neuen Haus ein erweitertes Sortiment anbieten kann. Bislang habe noch kein Gesellschafter oder Bürge sein Kapital zurückgefordert. Mittlerweile seien 315.500 Euro stille Teilhaberschaften gezeichnet, die sich auf 46 Anleger verteilen.

Auch Ulrich Prediger aus Freiburg braucht für seine geplante Expansion Geld, 200.000 Euro, und auch er hat sich notgedrungen für einen innovativen Weg der Mittelbeschaffung entschieden. Prediger bietet mit seiner Firma »LeaseRad« Unternehmen an, Fahrräder für ihre Mitarbeiter zu leasen. Diesen Service will er nun auch bundesweit bereitstellen. Derzeit hat Prediger eine Fahrradflotte von 100 Rädern. 600 sollen es schon bald sein, davon ein Drittel Elektroräder.

Bei vielen Banken holte er sich eine Abfuhr, dann kam er auf die Idee, Genussrechte auszugeben. »LeaseRad« vergibt Papiere mit einem Gesamtnennbetrag von 100.000 Euro. Ohne diesen Sockelbetrag wird Ulrich Prediger kein zusätzliches Geld von der Bank bekommen. »Wir sind erst seit Ende 2008 auf dem Markt. Bilanzen, die mehrere Jahre dokumentieren, können wir nicht vorweisen. Zu unseren Kunden zählen die Stadtverwaltung Stuttgart oder ein ambulanter Pflegedienst in Hamburg«, sagt er. Um

potenzielle Interessenten in anderen Städten ansprechen zu können, müssten ein größerer Fahrzeugpark und mehr Mitarbeiter her.

Die Idee, mit privaten Geldgebern den Betrieb zu stützen beziehungsweise auszubauen, funktioniert auch in der Landwirtschaft. Die Ökobauern Mathias von Mirbach und Klaus Tenthoff bewirtschaften den Kattendorfer Hof in Schleswig-Holstein. Vor fünf Jahren wollten sie zusätzliche Kühe kaufen, standen bei ihrer Bank aber schon mit einem größeren Kredit in der Kreide. Die Lösung: Sie bieten sogenannte Kuh-Aktien an. Für 500 Euro erwerben die Inhaber dabei einen Anteil an der Kuhherde des Hofes. Es gibt eine jährliche Dividende von 2,5 Prozent in bar. Oder Hofprodukte im Gegenwert von fünf Prozent.

Für die Anteilseigner gibt es eine Urkunde mit eigener Nummer und einem Kuh-Bildchen drauf. Das System funktioniert so gut, dass der Hof neuerdings auch »Kalb-Aktien« im Angebot hat. Die kosten 100 Euro pro Stück. Insgesamt haben Mirbach und Tenthoff auf diese Weise schon 75.000 Euro eingesammelt. Davon wurden die Kühe und Maschinen gekauft und ein Neubau errichtet.

Die Möbelbauer Johannes Genske und Peter Kohler empfehlen ihr »Kapital von Kunden«-Konzept auch jungen Unternehmern als eine gute Alternative. Allerdings sei es nicht für Hasardeure oder tief in der Pleite steckende Betriebe geeignet. Als Plan der Marke »letzter Strohalm« tauge das Konzept nicht. »Ohne einen vernünftigen Businessplan als solide Basis geht es nicht«, sagt Johannes Genske. Wer den allerdings hat, tut sich auch leichter bei Privatleuten, Geld einzusammeln. DIHK-Frau Alexandra Böhne erwartet eine starke Zunahme solcher Projekte in den nächsten Monaten: »Die Firmen haben diese Möglichkeit, sich von den Banken unabhängiger zu machen, wiederentdeckt.«

COPYRIGHT DIE ZEIT, 10.12.2009 Nr. 51  
ADRESSE <http://www.zeit.de/2009/51/F-Kapital-von-Kunden>