

Yasmin Osman, Felix Holtermann Frankfurt

**B**escheidener als die niederländische ING kann man fast nicht expandieren: Seit Juli hat das Institut einige Niederlassungen für Geschäftskunden eröffnet, doch beim Ableger im Essener Stadtteil Rüttenscheid fehlt bei der Eröffnungsfeier im Juli noch das Klingelschild. Und gefeiert wird mit Bratwurst und Bier. Das ist pures Understatement gemessen an dem Tempo, mit dem die niederländische Bank in Deutschland im Firmenkundengeschäft expandiert.

Eine Milliarde Euro an Krediten hatte ING Ende 2011 nach dem Neustart des Firmenkundengeschäfts ausgereicht. Auf 36 Milliarden Euro belief sich die Summe Ende 2018, binnen Jahresfrist stieg sie um 17 Prozent. Bislang betreute die Bank Dax-Konzerne und Großunternehmen mit mehr als einer Milliarde Euro Jahresumsatz. Nun will sie in die Top fünf der Firmenkundenbanken vorstoßen und dafür auch Mittelständler mit einem Jahresumsatz zwischen 250 Millionen und einer Milliarde Euro ansprechen.

Die ING ist nur ein auffälliges Beispiel für das rasante Wachstum, das gerade ausländische Banken im deutschen Firmenkundengeschäft hinlegen. Keine inländische Bankengruppe hat in den vergangenen Monaten ihr Volumen an Firmenkrediten stärker gesteigert als die Auslandsbanken. Allein im ersten Quartal 2019 betrug das Wachstum 13,3 Prozent im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahrs 13,3 Prozent. Der Durchschnitt der Branche lag im selben Zeitraum bei 5,8 Prozent, zeigt eine Studie der Investmentbank FCF Fox Corporate Finance, die dem Handelsblatt exklusiv vorliegt.

### Volumen auf Vorkrisenniveau

Die Rückschläge nach der Finanzkrise haben die Anbieter aus dem Ausland damit wieder ausgebügelt, zeigt die Studie. Kurz vor Ausbruch der Finanzkrise im Jahr 2008 hatten die Institute ein Kreditvolumen von knapp 100 Milliarden Euro erreicht. Als sich zahlreiche Institute wie die Royal Bank of Scotland dann in den Krisenjahren abrupt zurückzogen, brach dieses Geschäftsvolumen um ein gutes Drittel ein. In diesem Jahr ist der Darlehensbestand nun über die Marke von 100 Milliarden Euro gesprungen. Mit zusammen gut elf Prozent Marktanteil haben die Institute auch hier beinahe wieder das Vorkrisenniveau erreicht.

„Ausländische Banken bauen ihre Marktanteile seit dem Jahr 2014 wieder aus. In dieser Zeit wuchs die deutsche Wirtschaft relativ stark und viele der ausländischen Institute hatten ihre Umbaumaßnahmen zu diesem Zeitpunkt abgeschlossen und konnten sich Wachstum wieder leisten“, sagt Jan Schildbach, Autor des Deutschland-Monitors Unternehmensfinanzierung von Deutsche Bank Research. Er beschreibt in seinen Studien seit einigen Quartalen das stürmische Wachstum der Auslandsbanken und spricht von einem „Wandel vom Schlusslicht zur erfolgreichsten Bankengruppe“.

Beispiele dafür gibt es einige. HSBC Deutschland etwa hat ein hohes Tempo bei der Ausweitung im Geschäft mit mittelgroßen Firmen hingelegt. Die Tochter der britisch-asiatischen Großbank HSBC ist im Segment mit Kunden ab 100 Millionen Euro Jahresumsatz zuletzt so stark gewachsen, dass sie nun schon wieder selektiver wird und bei jeder Gelegenheit betont, vor allem Unternehmen mit Asiengeschäft betreuen zu wollen. 2013 bis 2018 wuchs ihr Kreditbuch um rund 120 Prozent, von 4,8 Milliarden auf 10,7 Milliarden Euro. „Damit sind wir deutlich schneller gewachsen als der Markt“, erklärt Firmenkundenvorstand Christian Kolb.

Die französische Großbank BNP Paribas hat ihr Umsatzminimum für Kunden, das früher bei 250 Millionen Euro lag, gesenkt. Nun gilt Finanzkrisen zufolge eine neue, allerdings weiche Untergrenze von 150 bis 200 Millionen Euro. Zur Summe der ausgereichten Firmenkredite macht die BNP keine Angaben. Klar ist: In der Vergangenheit ist die Bank schnell gewachsen – und will dies in Zukunft fortsetzen.



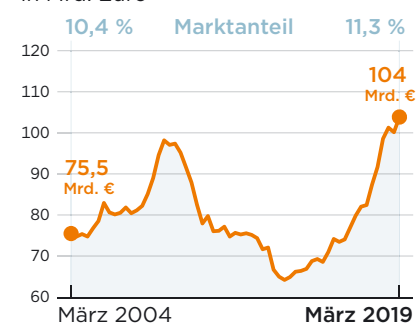
BNP Paribas hat das Umsatzminimum für Kunden aufgeweicht.

# Auslandsbanken bauen ihr Geschäft in Deutschland aus

Keine Bankengruppe ist im Geschäft mit deutschen Firmen zuletzt so stark gewachsen wie internationale Geldhäuser. Die Frage lautet aber: **Bleiben sie auch in der nächsten Krise?**

### Kapital für deutsche Unternehmen

Von Auslandsbanken gehaltene Unternehmenskredite in Mrd. Euro



HANDELSBLATT

Unternehmenskredite nach Kreditgebern Marktanteile in Prozent

Kreditgeber	4. Q. '07	1. Q. '19
Auslandsbanken	12,0	11,3
Hypothekenbanken	11,2	6,1
Genossenschaftsbanken	7,1	14,0
Förderbanken	10,8	8,1
Sparkassen	19,0	26,3
Landesbanken	20,2	13,9
Sonstige	19,7	20,3

\*1 = gar nicht engagiert, 10 = sehr stark engagiert • Quellen: FCF, Finance Banken-Survey 2019

Wie engagiert Auslandsbanken aus Sicht deutscher Unternehmen im Kreditgeschäft sind\*

BNP Paribas	6,8
HSBC	6,4
ING	6,4
Société Générale	4,9
Santander	4,5
Crédit Agricole	4,5
SEB	4,3
Citi	4,0

**HSBC** wird nach wilder Expansion wieder etwas wählerischer und will am liebsten deutsche Kunden mit Asiengeschäft.



REUTERS

REUTERS/CO

Wachsen wollen auch die Konkurrenten Société Générale und Crédit Agricole (CA). CA spricht vor allem Firmenkunden mit einem Jahresumsatz ab einer Milliarde Euro an. „Trotz eines hochkompetitiven Umfelds sind wir mit unserer Entwicklung in Deutschland sehr zufrieden“, sagt Deutschland-Chef Frank Schönherr.

Selbst große US-Banken, die sich bisher vor allem auf die Dax-Konzerne beschränkt hatten und auf die Betreuung bei Kapitalmarktmaßnahmen, steigen zunehmend ins Kreditgeschäft ein. Die Konkurrenz aus Übersee wird von den heimischen Platzhirschen mit Argusaugen beobachtet. „Den Landesbanken und vielen Sparkassen begegnen im Wettbewerb um Firmenkunden zunehmend amerikanische Banken“, sagt Peter Schneider, Präsident des Sparkassenverbands Baden-Württemberg. „Die haben aufgrund des viel besseren Zinsumfelds in den USA und der weniger starken regulatorischen Belastungen immense Ertragsvorteile und spielen diese im Wettbewerb auch aus.“

Betreuen die US-Banken früher vor allem die großen Fische, nehmen sie nun auch den Rest des Marktes in den Blick. Die US-Großbank Citi beispielsweise hält Unternehmenskunden ab einem Jahresumsatz von 500 Millionen Euro für interessant. „Bereits heute gehen wir nicht mehr nur auf die 30 Dax-Konzerne zu, sondern gezielt auch auf ausgewählte große Mittelständler. Diese Offensive wollen wir ausdehnen, da wir hier Chancen auf weiteres Wachstum sehen“, sagt der neue Citi-Europachef David Livingstone. Citi betreue bereits heute rund 150 deutsche Kunden, darunter viele Dax-, MDax- und Mittelstandsunternehmen.

Die Folge von so viel Expansionslust: Der Marktanteil der Auslandsbanken, der zeitweise im Jahr 2014 auf 8,7 Prozent gesunken war, lag im Frühjahr 2019 wieder bei 11,3 Prozent. Schöner Nebeneffekt für die Unternehmenskunden: Dieser Kampf um Marktanteile wird erbittert geführt.

So erbittert, dass auch die Finanzaufsicht Bafin mittlerweile nervös ist. „Auch wir beobachten, dass viele Banken auf den deutschen Markt drängen. Der Markt ist aber nicht groß genug für alle“, sagt Raimund Röseler, der für Bankenaufsicht zuständige Exekutiv-Direktor der Bafin dem Handelsblatt. „Wir machen uns ganz grundsätzlich Sorgen über die Kre-



**Crédit Agricole** ist mit der Entwicklung des Geschäfts in Deutschland „sehr zufrieden“.



REUTERS



REUTERS

**ING** ist in Deutschland nicht nur eine Bank für Privatkunden, sondern spricht auch Firmen an.

**Société Générale** will ähnlich wie Konkurrent BNP in Deutschland noch weiter expandieren.

ditvergabepaxis im Mittelstandsgeschäft“, erklärt er. Deshalb hat die Bafin eine Umfrage durchgeführt, mit der sie herausfinden will, ob die Banken ihre Darlehen allzu lax vergeben. Ergebnisse soll es im September geben.

Deutsche-Bank-Experte Schildbach warnte zuletzt aber auch vor „Überhitzungstendenzen“ und verglich die Lage mit der Zeit kurz vor der Finanzkrise in den Jahren 2007 und 2008. „Auch damals konzentrierte sich die Expansion der Auslandsbanken auf die späte Phase des Kreditzyklus, und als dieser mit der Finanzkrise zu Ende ging, traten sie bei der Kreditvergabe umso schärfer auf die Bremse“, warnte er im März 2019. Im Gespräch mit dem Handelsblatt betonte Schildbach, das sei zunächst einmal eine Zustandsbeschreibung. „Es ist eine spannende, aber offene Frage, ob die Auslandsbanken bei einer Konjunkturabkühlung wieder so prozyklisch mit einem Rückzug reagieren werden, oder ob ihr Wachstum im deutschen Markt diesmal nachhaltiger ist.“

Der Finanzchef der Commerzbank, Stephan Engels, hat sein Urteil bereits gefällt. Im Falle eines Konjunkturabschwungs, „werden wir dann vermutlich schnell einen Rückzug der ausländischen Institute aus dem deutschen Markt sehen“, sagt er. Er hofft, dass sein Haus dann wieder höhere Gewinnmargen im Kreditneugeschäft erzielen kann.

Das sich Geschichte wiederholt, ist aber keineswegs gesichert. „Mein Eindruck ist, dass die ausländischen Institute ihr Engagement im deutschen

Markt ernst nehmen, und es nicht um ein vorübergehendes Phänomen geht“, sagt Bankenaufseher Röseler. „Zum Teil halten sie den deutschen Mittelstand für attraktiv, zum Teil wollen sie ihr Einlagengeschäft ausbalancieren“, glaubt er.

Kai Frömert, Managing Director von FCF, sieht „aktuell keine Anzeichen für einen Rückzug“. Viele Auslandsbanken seien in Deutschland inzwischen viel tiefer verwurzelt als vor der Finanzkrise. „Institute wie zum Beispiel ING, BNP Paribas oder Santander sind hierzulande mit Blick auf den aufgebauten Mitarbeiterstamm und die gegründeten Niederlassungen so groß geworden, dass ihnen ein Rückzug deutlich schwerer fallen würde. Diese Häuser wollen und müssen unter anderem in Deutschland zukünftig weiter wachsen.“

Welche Seite recht hat, wird sich erst im Abschwung zeigen. „Wenn die Ebbe kommt, zeigt sich, wer nackt gebadet hat“, sagt der Leiter des deutschen Unternehmenskundengeschäfts der Deutschen Bank, Michael Schlee. Die Stunde der Wahrheit könnte schon bald schlagen: Viele Wirtschaftsdaten in Deutschland haben sich spürbar verschlechtert. Die ersten Banken mussten bereits ihre Risikoversorge erhöhen, auch die Commerzbank. Es gibt erste Indikatoren dafür, dass Banken insgesamt vorsichtiger bei Darlehen werden.

### Alle buhlen um Zusatzgeschäft

„Es ist in Krisenzeiten nicht unüblich, dass Banken ihr Geschäft reduzieren müssen und sich vor allem aus Auslandsmärkten zurückziehen, in denen man die Lage schlechter einschätzen kann als auf dem Heimatmarkt und es weniger langjährige Kundenbeziehungen und ‚Gesichtsverlust‘ gibt“, räumt FCF-Manager Frömert ein. Er hält einen Rückzug der Auslandsbanken dennoch für weniger wahrscheinlich als vor der Finanzkrise. Schließlich sind viele der in Deutschland aktiven Auslandsbanken in ihren Heimatmärkten an Wachstumsgrenzen gestoßen, während sich ihnen in Deutschland noch immer Wachstumschancen bieten.

Die Expansion im deutschen Kreditgeschäft folgt aber keinem Selbstzweck. Gerade für viele größere Banken ist das Kreditgeschäft in erster Linie ein Türöffner, der zu weiteren Mandaten und Nebengeschäften führen soll, die sich lohnen: Währungsabsicherungen etwa, Zahlungsverkehrsdienste oder die Platzierung von Aktien oder Anleihen am Kapitalmarkt. „Unsere Unternehmenskunden berichten uns vermehrt, dass viele Banken mittlerweile mit ihnen in Kontakt treten, um aktiv Zusatzgeschäft über die reine Kreditbeziehung hinaus zu generieren, um Cross Selling zu betreiben und somit Margen aufzubessern“, sagt Frömert.

Doch es kann viel Zeit in Anspruch nehmen, bis Unternehmen bereit sind, mehr als nur Kredite abzuschließen. „Im Firmenkundengeschäft kann es dauern, bis die Kunden einer Bank Zusatzgeschäft geben“, sagt Deutschbanker Schlee. „Man steigt mit Krediten ein, aber bis sie dann Zusatzgeschäft auf sich ziehen, das dauert oft länger als ein Kreditzyklus“, sagt er. Manche Anbieter hätten zwar viele Neukunden im Kreditgeschäft gewonnen, aber mehr auch nicht. „Das ist schlecht für diese Institute, wenn der Kreditzyklus mitleidet.“

Der Chef eines großen Mittelständlers aus der Metallindustrie ist genau so ein Kunde, wie Schlee ihn schildert. „Wir machen den Großteil unseres Geschäfts mit nur zwei Banken, und das seit Jahren: einer großen deutschen Bank und einer französischen“, sagt er. „Wir sind mit unseren Banken zufrieden, pflegen eine lange Geschäftsbeziehung und führen konstruktive Gespräche.“ Entscheidend für sein exportstarkes Unternehmen sei vor allem das über viele Jahre hinweg aufgebaute Vertrauen. „Unsere Banken kennen uns gut. Das ist im internationalen Geschäft sehr wichtig.“ Die Folge: Einen Debt Advisor zu engagieren, um Zehntelpunktpunkte mehr herauszuholen, käme für seine Finanzabteilung nicht infrage, erklärt der Firmenchef. „Wir sind nicht drauf und dran, immer die besten Konditionen zu gewinnen. Unsere Banken sind loyal, und wir sind es auch.“