



Unternehmen

Günstiges Geld jetzt sichern



Leser, die das gelesen haben,
haben auch gelesen:

Trends im Omnichannelhandel

Suchen Sie jetzt Ihren **Webcode**

Suchen

Umfrage

Welche Rolle spielt das Customer Relationship Management (CRM) in Ihrem Unternehmen?

- Gerade kleinere Einzelhändler kennen ihre Kunden. Der persönliche Kontakt ist wichtiger als die kostenintensive und komplizierte Integration von CRM-Systemen.
- Einzelhändler sind im Hinblick auf sinkende Kundenfrequenzen gut beraten, in Kundenbindungsprogramme zu investieren. Das habe ich mir vorgenommen.
- Ich setze längst auf professionelles CRM auf allen Kanälen. Denn Kunden, die sich zielgenau umsorgt fühlen, kaufen nicht so schnell bei der Konkurrenz.

Jetzt abstimmen

[Ergebnisse ansehen](#)



handelsjournal

Ihr Fachmagazin für den Handel

Jetzt abonnieren

Tag Cloud

Aktionen Amazon Ausbildung Bekleidung Berlin
Digitalisierung E-Commerce
EHI Einzelhandel Fairtrade
Finanzierung GfK GS1 Germany
Handel HandelsKix HDE IFH Köln
Internet Interview Konjunktur Konsumenten
Ladenbau Lebensmittel Logistik
Marketing Mode Nachhaltigkeit Online
Online-Handel Onlinehandel
Onlineshop Personal Recht Rewe Smartphone



Datum:

11.07.2018

Author:

Eva Neuthinger

Schlagnote:

[Bonität](#) | [Handel](#) | [Investitionen](#) | [Niedrigzinsen](#)

Bildrechte:

© stock.adobe.com/
Johannes86

Webcode:

18781

Die langfristigen Kreditzinsen bewegen sich leicht, aber merklich nach oben. Das gibt Anlass, sich das derzeitige Niedrigniveau noch für Investitionen in der Zukunft zu sichern. Text: *Eva Neuthinger*

Der Fahrradspezialist Rose verbindet sein Offline- und Onlinegeschäft mit modernster Technik. Bereits vor einigen Jahren eröffnete das Unternehmen seine erste Filiale außerhalb des Bocholter Firmensitzes im Münchener Mona-Zentrum – mit einem extrem digital ausgerichteten Konzept. Dieser Store war so erfolgreich, dass Rose Bikes die Erkenntnisse aus den ersten Digitalisierungsmaßnahmen auch im Stammhaus in Bocholt umsetzte.

„Wir wollten unsere Abläufe verbessern, Mehrwert für unsere Kunden generieren und unsere Workflows optimieren“, beschreibt Thorsten Heckrath-Rose, Geschäftsführer des Unternehmens Rose Bikes, die Ziele des Projektes. Auf 4 000 Quadratmetern stellt der Store in Bocholt seither die Fahrradmodelle des Sortiments vor, mit zahlreichen iPad-Podesten zur individuellen Konfiguration des gewünschten Bikes und mit drei großen Screens, auf denen die Kunden ihre selbst gestalteten Zweiräder in voller Größe anschauen können. „Seit dem Umbau haben wir ein schlüssiges, ganzheitliches Gestaltungskonzept“, sagt Heckrath-Rose.



Der Radhändler stemmte die Digitalisierung dank Niedrigzinsen.

© Rose Bikes

Die Finanzierung bereitete der Einzelhändler langfristig vor – sie lief reibungslos über die Hausbanken. „Die erste Kostenplanung konnten wir leider nicht ganz einhalten. Wir haben auch die Renovierung des Bodens und die Umrüstung auf LED miterledigt, was anfangs nicht vorgesehen war“, sagt Heckrath-Rose. Das Unternehmen erhielt unterm Strich aufgrund des Niedrigzinsniveaus sehr günstige Konditionen, von denen der Fahrradspezialist auch in den nächsten Jahren profitieren wird.

Unternehmen Verbraucher Verkauf
Verkaufsförderung Wettbewerb Zahl der Woche

Meistgelesene Artikel

81.265

Umtausch und Rückgabe: So sieht die Rechtslage in Deutschland aus

24.527

Onlinehandel: Grenzen des Wachstums in Sicht

6.954

Multichannel: Der Mix macht's

5.727

Fragwürdige Verheißung

5.605

Das Wesentliche im Blick

Noch haben Einzelhändler die besten Chancen, ihre Projekte unter nahezu idealen Bedingungen zu finanzieren. Seit einigen Monaten aber zeichnet sich eine Aufwärtsbewegung der Zinsen für Kredite mit einer Laufzeit von zehn Jahren ab. Diese sind bereits gegenüber ihrem Tiefststand um rund 0,40 Prozentpunkte gestiegen. Experten gehen davon aus, dass die Entwicklung anhält. Christoph Rasche, Geschäftsführer der Unternehmensberatungsgesellschaft Carat Consult GmbH in Kirchhundem und Mitglied im Bundesverband „Die KMU-Berater“, rechnet damit, dass sich spätestens ab Mitte nächsten Jahres die Tendenz verstärken könnte. Einzelhändler sollten sich daher das Niveau von heute sichern. Sie haben verschiedene Möglichkeiten:

1. Forward-Darlehen vereinbaren

„Um sich gegen kletternde Zinskosten zu wappnen, können Unternehmer beispielsweise Forward-Darlehen nutzen“, erklärt Jürgen Wechsler, Unternehmensberater in Nürnberg und auf den Mittelstand spezialisiert. Der Einzelhändler erhält den günstigen Zinssatz von heute, wenn er in drei bis 18 Monaten investiert. Er kauft sich also heute schon die Konditionen von morgen ein. Viele Banken bieten Darlehen für einen Zeitraum von bis zu zwölf Monaten, vereinzelt sogar 15 Monaten, ohne Bereitstellungszinsen zum Abrufen. Wer bereits einen Kredit hat, bei dem in den nächsten 60 Monaten die Festzinsbindung ausläuft, sichert sich damit die heute günstigen Zinsen für eine Anschlussfinanzierung. Der Zinsaufschlag für den Forward-Zeitraum beträgt je nach Institut zwischen 0,02 und 0,03 Prozent im Monat. Die ersten sechs Monate funktioniert das sogar in der Regel kostenlos.



Jürgen Wechsler, Unternehmensberater
© Fotoliebe/fixtrainer

„Der individuelle Zinssatz folgt aber der Bonität“, sagt Rasche. Will heißen: Einzelhändler sollten mit Blick auf steigende Zinsen jetzt gezielt an ihrem Rating arbeiten (siehe Kasten „Bonität verbessern“). „Das vergangene Jahr verlief für viele Mittelständler und Einzelhändler ertragreich. Dies spiegelt sich dann entsprechend im Jahresabschluss wider“, erklärt Rasche. Also erstellen Firmenchefs ihren Jahresabschluss zeitnah und geben die Bilanzen weit vor Jahresmitte ihrer Bank. „So profitiert der Unternehmer von seinem verbesserten Rating. Außerdem wirkt es sich auf die Bonität negativ aus, wenn der Jahresabschluss erst im dritten oder im vierten Quartal die Bank erreicht“, sagt Rasche.

2. Beton umschulden

Überdies erzielt der Firmenchef einen positiven Effekt für das Kontokorrent. „Viele Unternehmer nehmen permanent einen Beton von rund 90 Prozent ihres Kontokorrentkontingents in Anspruch. Der Kontokorrentkredit ist dafür gedacht, den kurzfristigen Liquiditätsbedarf zu überbrücken. Er sollte mal mehr und mal weniger ausgenutzt werden“, sagt Rasche. Ein Teil der in Anspruch genommenen Linie kann in ein langfristiges Darlehen transferiert werden, um Zinskosten zu sparen. „Dieser Schritt muss gegenüber der Bank gut begründet sein. Beispielsweise akzeptieren dies die Institute, wenn der Unternehmer deutlich macht, dass er sich regelmäßig und langfristig entschulden will“, erklärt Rasche.



Christoph Rasche, Geschäftsführer
Carat Consult
© Carat Consult

3. Blockkredit als Alternative

Einfacher kommen Unternehmer in der Regel beim Blockkredit voran. Viele Firmenchefs im Handel finanzieren die Saisonware über das teure Kontokorrentlimit – selbst wenn sie wissen, dass die Vorfinanzierung über einen längeren Zeitraum gebraucht wird. „Wir empfehlen hier, bis zu 75 Prozent des Kontokorrents über einen Zeitraum von beispielsweise drei Monaten als Blockkredit für den Einkauf der Saisonware laufen zu lassen“, so Rasche. Dieser reduziere die Kontokorrentkreditlinie, kommt aber günstiger.

Fazit

Im Prinzip sollte es also das Ziel sein, kurzfristige Finanzierungen zu reduzieren und sich gleichzeitig das Zinsniveau von heute zu sichern. Dazu eruierten Einzelhändler ihren kommenden Kapitalbedarf und sprechen dann mit ihrer Bank. Fahrradhändler Rose steht mit seinen Hausbanken regelmäßig in Kontakt.

Bonität verbessern

Einzelhändler verschaffen sich Pluspunkte beim Rating, wenn sie in ihren Planungen folgende Punkte beachten:

- Unabgesprochene Überziehungen des Limits dürfen nicht vorkommen. Selbst wenn nur einmal an wenigen Tagen die Linie überschritten wird, wirkt sich dies sehr negativ aus. Zeichnet sich ein Engpass ab, nehmen Unternehmer besser vorab Kontakt mit der Bank auf.
- Offene Kommunikation und regelmäßige Information finden die Banken gut. Wenn sie vierteljährlich die aktuellen betriebswirtschaftlichen Auswertungen, Umsatzlisten oder Soll-Ist-Vergleiche erhalten, bewerten die Banken dies positiv.
- Entwickelt sich das Unternehmen gut, verbessern sich die Kennzahlen. Daraus resultiert automatisch eine bessere Bonität. Als Basis dazu dient die detaillierte Unternehmensplanung. Diese sollte der Bank vorliegen.

Lesen Sie weiter



Markt

Trends im Omnichannelhandel

Je nach Branche sind die deutschen Einzelhändler unterschiedlich weit in der Umstellung auf Omnichannelhandel. Dies ist das Ergebnis einer Studie, die der Immobiliendienstleister Wisag gemeinsam mit Statista durchgeführt hat. Die Untersuchung zeigt außerdem, dass die Kunden vor allem Services schätzen, die Einkaufen bequem und günstig machen. Hier haben viele Händler noch Potenzial. [mehr...](#)

Wir freuen uns über Diskussionen und Ihre Kommentare.

Wie in jeder Gemeinschaft ist es notwendig, dass sich alle Teilnehmer an die [Netiquette](#) halten. Durch Ihre Kommentare sollen interessante, gewinnbringende Debatten entstehen, an denen sich andere Nutzer gerne beteiligen. Beleidigungen und Schmähreden sind deshalb ebenso tabu wie Diskriminierungen und die unerlaubte Veröffentlichung persönlicher Daten. Bitte verstecken Sie sich auch nicht hinter Pseudonymen, sondern benutzen Sie Klarnamen.

Kommentar absenden

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind markiert *

Name *

E-Mail-Adresse *



CAPTCHA Code *

Kommentar

Kommentar absenden



Kontakt

planet c GmbH

Toulouser Allee 27
D-40211 Düsseldorf

Informationen

- > Kontakt
- > Media
- > Impressum
- > Datenschutz

Weitere Links

- > www.planetc.co
- > www.creditreform-magazin.de
- > www.dabonline.de
- > www.bellevue.de
- > www.bellevue-ferienhaus.de
- > www.kreuzfahrtguide.com
- > www.bellevue-kreuzfahrten.de

Heft jetzt abonnieren

© planet c GmbH 2018 - Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben.