

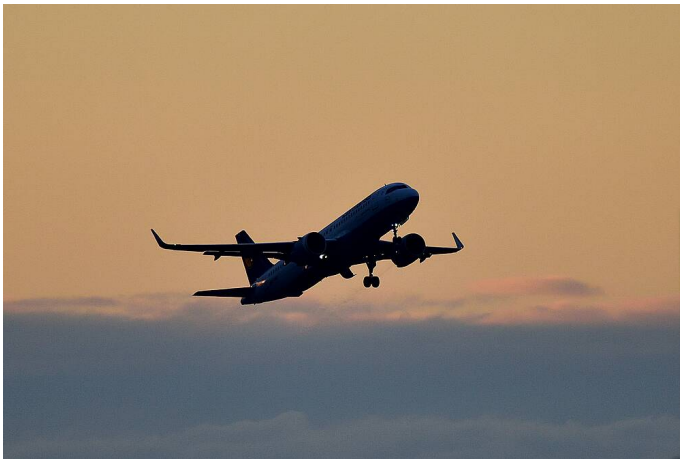
PRAXIS

## Im Auslandsgeschäft Marktanteile gewinnen

Die Münchner Bank arbeitet mit der DZ BANK zusammen, um ihre Firmenkunden in die ganze Welt zu begleiten. Welche Erfahrungen hat die Kreditgenossenschaft dabei gemacht?

*Autor: Christof Dahlmann, Redaktion „Profil“*

*Foto: picture alliance/Daniel Kubirski*



Krieg in der Ukraine, Corona-Pandemie, instabile Lieferketten: Für Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen ins Ausland gab es schon rosigere Zeiten. „Deshalb prüfen aktuell viele Betriebe, woher sie etwa ihre Vorprodukte beziehen oder an welchen Standorten sie ihre Waren herstellen. Aufgeben möchte die Auslandsaktivitäten aber

niemand, stattdessen schauen sie sich nach Alternativen um“, erklärt Martin Ehinger, Bereichsleiter Firmenkunden bei der Münchner Bank. Als Beispiel führt er die Schuh- und Textilbranche an. Diese verlagere ihre Produktion tendenziell aus Ostasien zurück nach Portugal oder in die Türkei.

## Unterstützung auch in herausfordernden Zeiten

Ob Bosporus oder Bangkok – die Münchner Bank begleitet ihre Firmenkunden auf den internationalen Märkten. „Zahlreiche unserer mittelständischen Kunden sind im Ausland aktiv. Es ist selbstverständlich, dass wir sie bei ihren Aktivitäten bestmöglich unterstützen, gerade auch in herausfordernden Zeiten“, bekräftigt Ehinger. Den normalen Auslandszahlungsverkehr wickelt das Kreditinstitut selbst ab. Beim sogenannten dokumentären Geschäft – dazu zählen Garantien, Inkassi und Akkreditive (siehe Kasten folgend) – sowie beim Devisenhandel arbeitet die Münchner Bank seit 2015 mit der DZ BANK zusammen. „Vorher haben wir das Auslandsgeschäft komplett selbst bedient. Doch einerseits haben damals die regulatorischen Vorschriften zugenommen, andererseits wurde es immer schwieriger, geeignete Fachkräfte mit Expertise in diesem Bereich zu finden. Deshalb haben wir uns entschieden, in diesem Bereich mit der DZ BANK zu kooperieren. Diesen Schritt haben wir nie bereut, denn die Firmenkunden sind sehr zufrieden mit der Unterstützungsleistung“, sagt Ehinger. Als Beispiel für die zunehmende Regulierung des Auslandsgeschäfts führt er die EU-Verordnung über OTC-Derivate, zentrale Gegenparteien und Transaktionsregister (Marktinfrastrukturverordnung; EMIR) an.

### Dokumentengeschäft mit dem Ausland – die wichtigsten

## Begriffe kurz erklärt

### Akkreditiv

Mit Akkreditiven lassen sich die Zahlungen bei Außenhandelsgeschäften absichern. Konkret übernimmt die Bank des Importeurs das Zahlungsversprechen gegenüber dem Exporteur. Die Bank übernimmt also die Zahlungspflicht für ihren Kunden. Sie überweist die vereinbarte Summe, sobald die im Akkreditiv vereinbarten Dokumente vorliegen und alle Bedingungen erfüllt sind.

### Inkasso

Ein Dokumenteninkasso bietet sich immer dann an, wenn sich beide Geschäftspartner grundsätzlich vertrauen, aber dennoch gewisse Sicherheiten einbringen möchten. Banken übernehmen dabei die Funktion des Treuhänders und veranlassen die Zahlung erst dann, wenn die relevanten Dokumente überreicht wurden. Auf diese Weise vermeiden Importeure eine Vorauszahlung, Exporteure profitieren durch mehr Sicherheit.

### Garantien

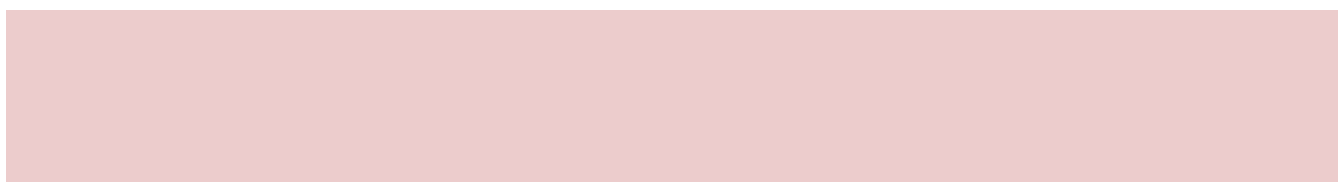
Mit Bankgarantien lassen sich internationale Handelsgeschäfte absichern. Die Garantien belegen die Zahlungsfähigkeit des Importeurs beziehungsweise die Bonität des Exporteurs.

Ehingers Kompliment freut Andreas Rausch, Abteilungsleiter Firmenkundengeschäft Bayern Mittelstand Süd. Er betont die Leistungsfähigkeit des Zentralinstituts im Auslandsgeschäft. So arbeite die DZ BANK mit 1.200 Korrespondenzbanken zusammen und unterhalte Standorte sowie Repräsentanzen an wichtigen

Handelszentren wie New York, London, Singapur oder Honkong. „Auf diese Weise können wir das gesamte Leistungsspektrum anbieten und Unternehmen bei ihren internationalen Aktivitäten vollumfänglich begleiten“, sagt Rausch. Ihm ist die Botschaft wichtig, dass das Auslandsgeschäft perspektivisch großes Wachstumspotenzial biete. Schließlich habe die genossenschaftliche FinanzGruppe in den vergangenen Jahren zwar Marktanteile gewonnen, gleichzeitig gebe es noch immer Nachholbedarf. Außerdem seien immer mehr Volksbanken und Raiffeisenbanken in der Lage, auch größere Mittelständler umfassend zu betreuen. Diese seien fast immer auch international tätig. „Ich kann deshalb nur appellieren, unsere Kompetenzen im Auslandsgeschäft herauszustellen und gemeinsam Wachstumspotenziale zu heben“, bekräftigt Rausch.

## Persönliche Ansprechpartner vor Ort

Auch personell hat die DZ BANK in Bayern in den vergangenen Jahren nachgelegt. Im Freistaat sind mittlerweile drei ausgewiesene Auslandsfachberater tätig. Einer von ihnen ist Andreas Butzke. Er hat sich seit Jahren auf die internationalen Märkte spezialisiert und betreut die Münchner Bank gemeinsam mit dem DZ BANK Senior Firmenkundenbetreuer Bernd Preuß. Regelmäßig begleitet er die Beraterinnen und Berater zu den Firmenkunden. „Es ist definitiv ein großes Plus, dass die Unternehmen auf diese Weise einen persönlichen Ansprechpartner für das Auslandsgeschäft haben, der bei Bedarf schnell vorbeikommen kann“, sagt er. Dem stimmt auch Martin Ehinger von der Münchner Bank zu: „Die räumliche Nähe der DZ BANK wissen unsere Kunden sehr zu schätzen, es ist das A und O für eine erfolgreiche Partnerschaft.“



## Digitale Plattform VR International

Um mittelständische Unternehmen auch digital im internationalen Geschäft zu unterstützen, hat die DZ BANK die Plattform „VR International“ aufgesetzt. Das Online-Kompetenzcenter funktioniert als Web-Anwendung und ist zudem als App für Android und iPhone verfügbar. Auf VR International können Unternehmen rund um die Uhr und von überall auf der Welt zentrale Informationen zu 160 Ländern einholen. Außerdem gibt es Details über Zahlungs-, Abwicklungs- und Finanzierungsmöglichkeiten zum Im- und Export sowie Erklärvideos. Verschiedene Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner helfen bei Fragen zu bestimmten Themen persönlich weiter. „VR International bietet unseren Firmenkunden einen Mehrwert, da sie sich schnell und unkompliziert über internationale Geschäfte informieren können. Wir legen ihnen das Angebot sehr ans Herz“, betont Martin Ehinger, Bereichsleiter Firmenkunden bei der Münchner Bank.

Fragt man Rausch und Ehinger nach einem aktuellen Beispiel für eine gelungene Zusammenarbeit, landen die beiden schnell bei Sushi Mobility. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt seit 2019 E-Bikes und richtet sein Angebot an Stadtbewohner, die ein leichtes und kostengünstiges Elektro-Fahrrad suchen. Fernsehmoderator und Schauspieler Joko Winterscheidt ist als Gründungsfinanzierer am Unternehmen beteiligt. Die Sushi Bikes werden zwar hauptsächlich in Deutschland verkauft, produziert werden sie jedoch überwiegend im Ausland. Um einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, benötigt das Unternehmen Leistungen wie Zahlungsverkehr, Akkreditive oder Devisenabsicherung. „Es gab bereits eine Geschäftsbeziehung der Münchner Bank zu Sushi Mobility. Nach einiger Zeit hat sich dann die Chance ergeben, gemeinsam mit der DZ BANK unsere Unterstützungsleistungen für das Auslandsgeschäft vorzustellen. Anschließend haben wir den Zuschlag erhalten, was uns natürlich sehr gefreut hat“, betont Martin Ehinger von der Münchner Bank.



Sushi Bikes sind vor allem für Stadtbewohner interessant, die ein leichtes und kostengünstiges Elektro-Fahrrad suchen. Foto: SUSHI Mobility GmbH

Der Bereichsleiter Firmenkunden ist froh darüber, dass die Leistungen der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Auslandsgeschäft Stück für Stück bekannter werden. „Unsere Kompetenzvermutung in diesem Bereich war früher nicht sehr hoch. Umso besser ist es, dass wir immer mehr Unternehmen von unserem gemeinsamen Angebot mit der DZ BANK überzeugen können. Wir sind dahoam vernetzt, die DZ BANK international. Diese Kombination passt doch perfekt“, findet Ehinger.

#### **WEITERFÜHRENDE LINKS**

- [Die Leistungen der Münchner Bank eG für Firmenkunden](#)
- [Die Leistungen der DZ BANK im internationalen Geschäft](#)