

## Profit mit Lieferantenkrediten

# Basel II einmal anders

In der Ausgabe von FINANZWELT 04/2004 ging FINANZWELT auf die Genussrechte der Ultra Sonic Technology Holding AG ein. In dieser Ausgabe möchten wir das Genussrechtskapital der WCF Finetrading AG, Stuttgart, Wertpapier-Kenn-Nr. AOB7SZS, vorstellen.



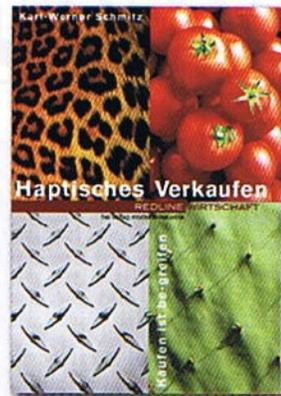
### Die Geschäftsidee

■ WCF Finetrading AG beschafft dem durch Basel II geschlauchten Mittelstand das Umlaufvermögen, das er für die zu erfüllenden Aufträge braucht. Wenn also beispielsweise ein Automobilzulieferer einen Auftrag nicht annehmen kann, weil ihm die Mittel für die dafür erforderliche Materialbeschaffung fehlen, kauft die WCF Finetrading AG das gewünschte Material beim ausgesuchten Lieferanten. Sie lässt es dann an den mittelständischen Betrieb liefern und bezahlt den Lieferanten unter Ausnutzung des Skontos. Allerdings muss sich der mittelständische Kunde dabei raten lassen, weil die Forderung der WCF Finetrading AG gegen das Unternehmen von der Euler-Hermes-Versicherung zu wenigstens 80 % versichert wird. Lieferanten und Kunden profitieren: Die Kunden bekommen einen Zahlungsaufschub von bis zu 4 Monaten durch die WCF - treten aber gleichzeitig als pünktliche und zuverlässige Zahler auf. Die Lieferanten erhalten eine sofortige Zahlung und haben keine Zahlungsverzögerungen zu erleiden.

Diese Geschäftsidee wird von WCF Finetrading AG bereits seit 2 Jahren erfolgreich mit über 150 Kunden und Lieferanten realisiert. Die Nachfrage ist so groß, sodass Kunden in der Warteschleife stehen. Deshalb sucht das Unternehmen Kapital. Hierzu hat sich das Unternehmen entschlossen, Genussrechte heraus zu geben. Die Konditionen betragen 7,5 % Grundverzinsung zzgl. 30 % am ausschüttbaren Jahresgewinn der AG bei einer Mindesteinlage in Höhe von 20.000,- Euro zzgl. 3 % Agio. Das Genussrecht ist dabei nicht handelbar, hat eine Laufzeit von 10 Jahren und verspricht eine weit über dem Durchschnitt liegende Rendite nach einer dreijährigen Anlaufphase bei Vollplatzierung des angestrebten Kapitals in Höhe von 20 Mio. Euro.

Gefallen hat uns der professionelle Prospekt sowie die realistische Planung, nach der das Unternehmen erst nach 2005 in die Gewinnzone geführt werden kann, obwohl es schon seit zwei Jahren aktiv ist und kein personalintensives Geschäft ist. Ab 2006 rechnet der Vorstand mit einem regulären renditegerechten Gewinn. Gefallen hat uns auch, dass die Gesellschaft beabsichtigt, die Genussrechte zur gegebenen Zeit girsammelverwahrfähig zu machen. Der Genussrechtsinhaber hat dann die Möglichkeit, die von ihm erworbenen Genussrechte mittels einer Girogutschrift in sein Bankdepot buchen zu lassen. Das erhöht die Flexibilität.

Ob die „Idee“ aufgeht, wird sich innerhalb kurzer Zeit zeigen. Sie klingt allerdings verlockend und die Tatsache, dass der Anbieter bereits Erfahrung hat, spricht für ihn. Ob allerdings die Verzinsung des Zahlungsaufschubs und die Ausnutzung des Skontos zu einem derartigen Gewinn führen kann, dass die avisierten Renditen möglich sind, entzieht sich unserer Einschätzung. ■



### Haptisches Verkaufen

Verlag Redline-Wirtschaft  
Frankfurt am Main  
von Karl-Werner Schmitz  
216 Seiten

ISBN 3-478-25580-5, € 24,90

Schaut man in ein Fremdwörterlexikon unter den Begriff haptisch, findet man als Erklärung: den Tastsinn betreffend! In der heutigen Zeit haben Menschen kaum noch die Lust und die Möglichkeit, mit ihren Augen und Ohren die unglaubliche Flut an Informationen zu verarbeiten. Welche Chancen in der Kundenüberzeugung mittels "Fühlen, Riechen und Schmecken" stecken, will Karl-Werner Schmitz mit seinem Buch *Haptisches Verkaufen* nachdrücklich klarstellen. Der Mensch ist in erster Linie ein bewegungs- und erlebnisorientiertes Wesen. Dieses muss bei der Überzeugungsarbeit am Kunden berücksichtigt werden. Leicht verständlich erfährt der Leser, wie reine Sachlichkeit durch bildhafte Sprache und Vergleiche plastischer gemacht wird und wie man in kürzester Zeit eine direkte und emotionale Ansprache erreicht. Getreu nach dem Motto "Wenn Sie es schaffen, dass Ihr Kunde das Produkt anfasst und fühlt, haben Sie es fast schon verkauft", erläutert er die immensen Potentiale, die im haptischen Verkaufen liegen. Abgerundet wird der Ratgeber durch zahlreiche Praxistipps, Checklisten und Gesprächsleitfäden, die bei der direkten Umsetzung helfen (sollen).