



„Wir streben Mitte des Jahres die Emission einer weiteren Anleihe an“

Andreas Schölzel, Vorstand, Deutsche Bildung AG

Der Deutsche Bildung Studienfonds hat seine zweite Anleihe (ISIN DE000A2AAVM5) im Volumen von 10 Mio. Euro und einer Laufzeit von 10 Jahren voll platziert. Die Auflage einer dritten Anleihe ist bereits in Vorbereitung. Im Gespräch mit dem BOND MAGAZINE erläutert Vorstand Andreas Schölzel, wie er die weitere Wachstumsstrategie umsetzen möchte.

BOND MAGAZINE: Sie haben Ihre zweite Anleihe mit einem Volumen von 10 Mio. Euro voll platziert. Wie lange brauchen Sie, um das Kapital zu investieren?

Schölzel: Es ist richtig, dass wir das Kapital nicht sofort investieren können. Mit dem Erlös aus der Anleihe finanzieren wir Studenten und wählen diese entsprechend unserem Selektionsprozess aus. Die Investitionen werden natürlich eine Weile dauern. In diesem Jahr planen wir 1.100 Neuverträge, was einer Steigerung von ca. 50% gegenüber unserem bislang besten Jahr entspricht. Wir haben dann noch einen Kapitalpuffer für das Jahr 2018.

BOND MAGAZINE: Sie hatten mit der Platzierung der Anleihe im Juni 2016 begonnen. Dann war es ganz gut, dass Sie die Anleihe nach und nach platziert haben, denn das Kapital benötigen Sie auch erst nach und nach.

Schölzel: Ja, da gebe ich Ihnen absolut Recht. Bei unserem Geschäftsmodell ist es wirklich besser, wenn die Anleihe peu à peu platziert wird. Wir haben aber schon einen Kapitalpuffer, der uns eine gewisse Planungssicherheit gibt. Das ist auch wichtig.

BOND MAGAZINE: Von 10 Mio. Euro Anleihevolumen wurden 1 Mio. Euro über die Börse platziert, also vermutlich vorwie-

gend bei Privatanlegern, und entsprechend 9 Mio. Euro bei institutionellen Investoren, oder?

Schölzel: Ja, das ist in dieser Größenordnung korrekt.

BOND MAGAZINE: Sie planen für 2017 ein Wachstum von 50% gegenüber dem bislang besten Jahr. Wie wollen Sie das erreichen, wie werden deutlich mehr Studenten auf Sie aufmerksam?

Schölzel: Wir machen sehr viel im Bereich Content Marketing, wir haben beispielsweise ein monatliches E-Magazin, das wir versenden, und veröffentlichen Artikel auf Portalen und unserer eigenen Webseite. Weiterhin ist Social Media-Marketing ein sehr wichtiger Kanal für uns: Über Facebook sprechen wir beispielsweise Studenten mit Finanzierungsbedarf sehr gezielt an. Weiterhin haben wir mittlerweile ein Netzwerk von mehr als 100 Kooperationspartnern – Hochschulen in Deutschland und im Ausland, Studenteninitiativen, Verbänden und anderen Organisationen. Wir sind auch auf Messen vertreten. Zudem können wir unser Suchmaschinenmarketing so gut steuern, dass wir das Volumen darüber flexibel erhöhen oder senken können. Über alle diese Kanäle können Studenten unser Angebot kennen lernen. Im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern von Studienfinanzierungen ergänzen wir unsere finanzielle Förderung mit einer inhaltlichen Förderung, über die ebenfalls Studenten auf uns aufmerksam werden. Interessenten können natürlich auch testweise an unseren Veranstaltungen teilnehmen.

BOND MAGAZINE: Wann haben Sie wieder Kapitalbedarf und wann werden Sie mit dem Fundraising beginnen?

Schölzel: Aufgrund der guten Nachfrage nach unserer jetzt vollplatzierten Anleihe und unseres Wachstums – wir planen im kommenden Jahr bereits 1.500 Neuverträge – streben wir Mitte des Jahres die Emission einer weiteren Anleihe an, vermutlich wieder im Bereich von 10 Mio. Euro.

BOND MAGAZINE: Gibt es auch schon konkrete Überlegungen in Bezug auf die Laufzeit?

Schölzel: Ja, wir planen wieder mit einer Laufzeit von 10 Jahren, weil das für unser Geschäftsmodell optimal ist. Denn von der Erstausszahlung an die Studenten bis zum Abschluss der Rückzahlung dauert es durchschnittlich ca. 7 Jahre. Um eine Duration-Kongruenz zu erreichen, möchten wir eine längere Laufzeit als 7 Jahre.

BOND MAGAZINE: Das ist sehr sinnvoll. Viele Emittenten kleinerer Anleihen wählen 5 Jahre, einfach weil sich das etabliert hat. Doch die laufen dann rasch wieder in ein Refinanzierungsproblem hinein.

Schölzel: Genau das möchten wir eben nicht.

BOND MAGAZINE: Wie gut kann man da Wachstum in Ihrem Business planen?

Schölzel: Das Wachstum ist relativ gut planbar. Denn der Markt ist sehr groß. Aktuell gibt es 2,8 Millionen Studenten in Deutschland. Der durchschnittliche jährliche Kreditbedarf beträgt ca. 5.410 Euro (Studenten haben auch andere Einkünfte). Wir rechnen damit, dass ca. 6% dieser 2,8 Millionen Studenten tatsächlich einen Förderbedarf haben. Die anderen 94% werden durch ihre Eltern finanziert oder haben Nebenjobs bzw. andere Einkünfte. 6% sind rund 168.000 Studenten, bei einem Kre-

ditbedarf von 5.410 Euro kommt man auf 911 Mio. Euro – also knapp 1 Mrd. Euro pro Jahr. Natürlich machen staatliche Institutionen in Deutschland einen Großteil des Marktes aus. Die KfW hat unserer Schätzung nach einen Marktanteil von rund 67%. Rechnet man das heraus, so ergibt sich immer noch ein jährlicher Förderbedarf von rund 300 Mio. Euro. Wenn wir ca. 1.000 Verträge pro Jahr vergeben, bei einer durchschnittlichen Förderhöhe von 10.000 Euro durch uns, dann sind das 10 Mio. Euro. Dies entspricht etwa 3% des Marktvolumens. Die Zahlen beziehen sich auf die Fördermittel für ein Studium in Deutschland. Hinzu kommen noch die deutschen Studenten, die im Ausland studieren möchten, die wir explizit fördern. Der Markt bietet also noch erhebliches Potenzial. Die Nachfrage können wir zudem über Online- und Social Media-Marketing relativ gut steuern.

BOND MAGAZINE: Und wie unterscheidet sich Ihr Angebot von dem der KfW Studienfinanzierung?

Schölzel: Unser Modell ist einkommensabhängig. Bei uns zahlt der Absolvent, sobald er einen Beruf ausübt, einen bestimmten Anteil seines Einkommens zurück. Der Absolvent kennt natürlich die genaue Höhe des Anteils bei Vertragsabschluss. Die KfW bieten einen normalen Kredit – komplett unabhängig von der Einkommenshöhe. Das sehen wir als großen Vorteil unseres Modells. Denn wenn ein Bachelor-Student noch einen Master machen möchte, und das kommt häufig vor, dann können wir die Förderung oder Rückzahlung entsprechend anpassen. Bei einem normalen Kredit gibt es diese Flexibilität nicht.

Auch unterscheidet sich unser Angebot ganz entscheidend dadurch, dass wir die Studenten auch inhaltlich fördern – sie fit machen, ihr Studium erfolgreich abzuschließen und gut in den Arbeitsmarkt einzusteigen.

BOND MAGAZINE: Sie sind seit Anfang Dezember Vorstand der Deutsche Bildung AG und waren zuvor bei internationalen Großbanken tätig. Wie sind Ihre ersten Erfahrungen im neuen Job?

Schölzel: Das Feedback am Markt ist durchweg positiv. Das Thema Nachhaltigkeit ist vielen Investoren sehr wichtig. Dieser Trend wird sich meines Erachtens noch verstärken. Und was ist nachhaltiger als Bildung? Die Investorennachfrage ist sehr gut, sodass wir weiter stark wachsen können. Wir wollen aber auch gesund wachsen. Die Relation aus Eigen- und Fremdkapital muss passen. Die Anleihen bilden das Fremdkapital. Das Eigenkapital des Sondervermögens, das als KG firmiert, wird durch Kommanditisten zur Verfügung gestellt. Wir streben eine Relation von 1:2 an, für einen Euro Eigenkapital zwei Euro Fremdkapital, um den Leverage nicht zu hoch zu fahren. Aktuell stehen dem Eigenkapital von 15 Mio. Euro die 20 Mio. Euro aus den beiden bereits platzierten Anleihen als Fremdkapital gegenüber. Mit der für dieses Jahr geplanten dritten Anleiheemission im Volumen von 10 Mio. Euro würden wir unsere Zielrelation von 1:2 erreichen, also 15 Mio. Euro Eigenkapital und 30 Mio. Euro Fremdkapital. Im nächsten Schritt streben wir dann wieder die Erweiterung des Eigenkapitals durch die Aufnahme neuer Kommanditisten an, hierzu haben wir bereits erste Gespräche geführt.

Das Interview führte Christian Schiffmacher.

