



TRANSPARENTES REPORTING FÜR BESSERES RATING IM MITTELSTAND

Eine Optimierung der Finanzkommunikation erleichtert häufig die Kreditvergabe

Hamburg, 27.02.2012: Klassische Bankfinanzierungen gelten immer noch als wichtigste Fremdkapitalquelle zur Mittelstandsfinanzierung. Allerdings ist die Kreditbewilligung angesichts der letzten Finanzkrisen nicht einfacher geworden. Ein transparentes Bankberichtswesen und eine proaktive Finanzkommunikation gegenüber den Hausbanken kann dabei entscheidend helfen.

Klassische Bankfinanzierungen gelten immer noch als wichtigste Fremdkapitalquelle zur Unternehmensfinanzierung für kleine und mittlere Unternehmen. Allerdings machen die Banken dem Mittelstand die Kreditbewilligung angesichts der letzten Wirtschafts- und Finanzkrisen und der gesteigerten Anforderungen aufgrund des Basel-III-Regelwerks nicht gerade einfacher.

"Solange die Banken bei Krediten für Unternehmen mit schlechterer Bonität mehr Eigenkapital hinterlegen müssen, investieren sie ihr Geld verständlicherweise lieber dort, wo sie geringere Eigenkapitalanforderungen und höhere Renditen erwarten dürfen," erläutert Raoul Richau, Gründer und Inhaber der Beratungsagentur RICHAU CONSULTING. „Allerdings wird die Kreditvergabe auch nicht ausschließlich auf harte Zahlen gestützt. Eine proaktive Finanzkommunikation mit der Hausbank und ein transparentes Bankberichtswesen zahlen sich oftmals aus, auch wenn die blanken Zahlen eigentlich gegen die Bewilligung einer Investitionsfinanzierung oder die Einräumung einer Kontokorrentkreditlinie sprechen würden.“

Dass sich eine gute Finanzkommunikation bezahlt macht, belegt auch eine aktuelle Studie der Euler Hermes Kreditversicherung, die gemeinsam mit dem Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) erarbeitet wurde. Danach sind mittelständische Unternehmen mit einer guten Finanzkommunikation wirtschaftlich oftmals überdurch-

schnittlich erfolgreich, haben weniger Probleme bei der Kreditvergabe als ihre Mitbewerber und müssen weniger Sicherheiten stellen. Allerdings zeigt die Studie auch auf, dass die Selbsteinschätzung vieler Unternehmen und ihre Wahrnehmung durch die Kapitalgeber oftmals weit auseinander liegen, weil gerade kleinere Unternehmen aus einem gewissen Unabhängigkeitsanspruch und aus unnötigem Misstrauen heraus ihre Kapitalgeber oftmals nur ungern über die aktuelle Geschäftslage und Prognose informieren.

Im Mittelstand werden Jahresabschlüsse und Zwischenbilanzen den Kreditgebern häufig erst auf Nachfrage unkommentiert überlassen, wobei deren Interpretation dann allein den Rating- und Analyseabteilungen überlassen bleibt. Dabei ließen sich bestimmte Entwicklungen bereits im Vorfeld proaktiv erläutern, um Missverständnissen und Fehlinterpretationen der Kreditgeber wirksam vorzubeugen. Wenn der Unternehmer seinen Kreditgebern nicht rechtzeitig kommuniziert, wann und warum bestimmte Mittel exakt benötigt werden, tun sich die Banken verständlicherweise schwer damit, diese Mittel auch zu bewilligen. Das gilt nicht nur für Krisenzeiten, wenn langfristige Sanierungsmaßnahmen finanziert oder kurzfristige Umsatzeinbrüche kompensiert werden müssen, sondern auch für positive Konjunkturphasen, wenn Aufträge vorfinanziert oder Produktion und Logistik erweitert werden sollen.



Börsennotierte Unternehmen, die gesetzlich verpflichtet sind, ihre Aktionäre regelmäßig und umfassend über ihre Geschäft zu informieren, dienen als gutes Beispiel einer transparenten Finanzkommunikation. Dazu gehören neben den Jahres- und Zwischenberichten auch Mitteilungen zum operativen Geschäft. Je umfassender die Unternehmen über geplante Umsätze, Investitionen und Gewinnprognosen Auskunft geben, desto besser können Kapitalgeber auch die Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells und die Zukunftsperspektiven beurteilen. Dabei sollten auch die globale Wirtschaftsentwicklung und Trends aus der eigenen Branche berücksichtigt werden, um die unternehmenseigenen Zahlen besser verstehen und nachvollziehen zu können.

„Gerade im Falle äußerst dynamischer Konjunkturzyklen zeigen sich unterjährig häufig Tendenzen, die im letzten Jahresabschlussbericht noch nicht erkennbar waren. Das haben auch Banken und Kreditversicherungen erkannt und legen bei Ratings und Kreditentscheidungen zunehmend mehr Wert auf aktuelle Zwischenabschlüsse, belastbare Planzahlen und nachvollziehbare Zukunftsprognosen, denn auf bloße Sicherheiten. Natürlich werden Zwischenabschlüsse und Planzahlen niemals einen testierten Jahresabschluss ersetzen. Aber sie können diese sinnvoll ergänzen, das Vertrauen der Kreditgeber stärken und häufig den Ausschlag zugunsten einer Kreditentscheidung geben. In punkto Bankkommunikation muss der Mittelstand künftig viel mehr agieren statt reagieren – und transparenter werden. Denn Transparenz schafft Vertrauen und Akzeptanz. Nicht überall werden Mondraketen gebaut und nicht alles muss immer streng geheim gehalten werden. Mittelständische Unternehmen sollten im eigenen Interesse ihre restriktive Informationspolitik ablegen – das werden ihnen die Investoren und Kreditgeber danken.“

ZUM AUTOR

Raoul Richau, Jahrgang 1977, studierte Rechtswissenschaften und Betriebswirtschaft und sammelte von 1999 bis 2007 mehrjährige, praktische Beratungserfahrungen in namhaften Wirtschaftskanzleien, Steuerberaterbüros, Prüfungsgesellschaften und Unternehmensberatungen. Seit 2007 verantwortete er als Kaufmännischer Bereichsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung die Abteilungen Controlling, Finanzen, Steuern, Recht und Personal innerhalb mittelständischer, inhabergeführter Unternehmen. Zu seinen Aufgaben zählen dabei unter anderem die Begleitung der strategischen Unternehmensausrichtung und Organisationsentwicklung und die Koordination der externen Berater. 2011 gründete er die Beratungsagentur RICHAU CONSULTING.



FIRMENPORTRAIT

RICHAU CONSULTING unterstützt mittelständische, inhabergeführte Familienunternehmen an den Standorten Hamburg-Bremen-Münster-Osnabrück bei Veränderungsprozessen mit den erforderlichen fachlichen Kompetenzen und personellen Ressourcen durch den Einsatz von Interim Managern.

PRESSEKONTAKT

RICHAU CONSULTING
Herr Raoul Richau
Glockengießerwall 17
20095 Hamburg
Telefon +49-40-33313-773
Telefax +49-40-33313-774
kontakt@richauconsulting.de
www.richauconsulting.de