

Offenheit zahlt sich aus

Wer Kapitalgeber detailliert informiert, kommt leichter an Geld. Euler Hermes und impulse haben drei Unternehmen ausgezeichnet. Die Strategien der Sieger.

Großer Bahnhof Mitte Mai in Frankfurt: Im Auditorium des Commerzbank-Hochhauses traf sich viel Prominenz – darunter Commerzbank-Vorstand Martin Blessing und Dieter Weidemann, Präsident der Vereinigung hessischer Unternehmerverbände. Im Mittelpunkt standen aber drei mittelständische Firmen: Messebauer Klaus Lünemann GmbH, die Textilgruppe Peppermint-Holding GmbH und der Büromöbelhersteller Sedus Stoll AG. Sie wurden für die »Beste Finanzkommunikation im Mittelstand« geehrt.

Vorbehalte abbauen

Den Wettbewerb hatte der Kreditversicherer Euler Hermes gemeinsam mit impulse und weiteren Partnern ausgelobt. Er richtete sich an nicht börsennotierte Mittelständler und wurde in drei Kategorien vergeben – je nach Größe der Unternehmen. 70 Firmen reichten ihre Unterlagen ein.

Die Initiatoren wollen mit dem Wettbewerb das Bewusstsein von Unternehmern für eine professionelle Kommunikation mit Banken und anderen Kapitalgebern schärfen. »Leider haben viele Mittelständler hier immer noch Vorbehalte«, klagt Gert Schloßmacher, Vorstand von Euler Hermes. Die Folgen: Verschlossene Unternehmer kommen nur schwer an Kapital und müssen ungünstige Konditionen in Kauf nehmen. »Eine partnerschaftliche und offene Finanzkommunikation ist deshalb die Basis für den Zugang zu einer optimalen Finanzierung«, sagt Schloßmacher.

Von den Preisträgern können Unternehmer einiges lernen. Zum Beispiel von Klaus Lünemann, der in der Kategorie »Kleiner Mittelstand«

siegte: Der Firmenchef verhilft seinen Kunden zu einem gelungenen Auftritt bei Messen und Kongressen. In den vergangenen Jahren brummte das Geschäft. Lünemann investierte in neue Gebäude sowie in Digital- und Textildruckmaschinen, um mit ▶

Wachstum finanzieren

Klaus Lünemann aus Ibbenbüren bei Osnabrück baut für seine Kunden Messestände und entwickelt Präsentationssysteme. 1989 hat er das Unternehmen mit seiner Frau gegründet – und beschäftigt heute 42 Mitarbeiter.

Das Ziel: Lünemann will mit einer soliden Finanzkommunikation sicherstellen, dass er das Wachstum seines Unternehmens finanzieren kann. Die Finanziers sollen immer wissen, wie das Geschäft läuft.

Die Lösung: Alle Geldgeber bekommen ein regelmäßiges Reporting. Außerdem hat Lünemann einen Finanzberater engagiert, der ihn unterstützt.



Vertrauen schaffen

Ingeborg Neumann investiert mit ihrer Berliner Peppermint-Holding in mittelständische Textil-Unternehmen. Darunter Hersteller von Kammgarnen und Baumwollgeweben.

Das Ziel: Peppermint will sich in der Finanzkommunikation mit Börsenfirmen messen, um bei Geldgebern Vertrauen zu gewinnen. Denn ihre Branche wird im Hochlohnland Deutschland von den Banken mit Argwohn betrachtet.

Die Lösung: Alle Finanziers bekommen auf sie zugeschnittene Informationen – je nach Wunsch monatlich oder einmal pro Quartal. Hinzu kommen persönliche Gespräche, die Neumann und ihr Finanzchef führen.



Fotos: Ingo Reppers für impulse; Maurice Weiss für impulse; Nathan Beck für impulse

Rating verbessern

Bernhard Kallup, Vorstandsvorsitzender der Sedus Stoll AG, baut und vertreibt Schreibtische, Stühle, Stehpulte und Aktenschränke. Das Unternehmen aus Waldshut-Tiengen im südlichen Schwarzwald zählt zu den renommiertesten deutschen Büromöbelherstellern.

Das Ziel: Sedus Stoll hat sich vorgenommen, das Rating bei den Hausbanken deutlich zu verbessern.
Die Lösung: Der Finanzvorstand informiert Banken, Kreditversicherer und Aktionäre in ausführlichen Monatsberichten und Vorträgen. Das Rating hat sich deutlich verbessert.

der wachsenden Nachfrage Schritt zu halten. Doch seine Banken wollten die Finanzierung nicht sofort übernehmen – schließlich war das kleine Unternehmen für viele Institute noch ein unbeschriebenes Blatt. »Und wir hatten kaum Sicherheiten«, berichtet Lünemann. Nachdem er alle Zahlen auf den Tisch gelegt hatte, konnte der Unternehmer seine Geldgeber schließlich doch überzeugen.

Finanzkommunikation ist seither Chefsache: Lünemann und seine Frau Theresia kümmern sich persönlich darum. Einmal pro Quartal bekommen Kapitalgeber eine Gewinn- und Verlustrechnung, eine Zwischenbilanz, eine betriebswirtschaftliche Auswertung mit einem Plan-Ist-Vergleich und eine Prognose für die kommenden Monate. Zudem telefoniert der Unternehmer regelmäßig mit Banken und Leasing-Gesellschaften. »So können wir Fragen direkt beantworten«, sagt Lünemann. »Und wir wissen immer, welche Themen und Details für die Geldgeber besonders interessant sind.«

Bonität heben

Dieses Vorgehen hat auch die Wettbewerbs-Jury überzeugt: »Wir waren beeindruckt vom ausführlichen, in allen Details akkuraten betriebswirtschaftlichen Berichtswesen«, lobt Stephan Paul, Professor für Finanzierung und Kreditwirtschaft an der Ruhr-Universität Bochum.

Wie wichtig ein direkter Draht zu Kapitalgebern ist, hat auch Ingeborg Neumann erkannt, die den Preis in der Kategorie »Mittlerer Mittelstand« gewann. Zu ihrer Peppermint-Holding GmbH gehören mehrere Textilproduzenten und -veredler. Schon die Branche lässt Kapitalgeber besonders vorsichtig werden, hat die Unternehmerin beobachtet. Schließlich sind



Hat den Wettbewerb für die beste Finanzkommunikation im Mittelstand ausgelobt: Gert Schloßmacher (links), Vorstand der Euler Hermes Kreditversicherungs-AG, bei der Preisverleihung in Frankfurt im Interview mit Tagesschau-Chefsprecher Jan Hofer.

deutsche Unternehmen hier seit Jahrzehnten auf dem Rückzug. Wegen hoher Lohnkosten in Europa produziert die Mehrheit heute in Asien.

GmbH-Chefin Neumann steuert gegen, indem sie mit einer detaillierten Finanzkommunikation bei den Kapitalgebern um Vertrauen wirbt. »Nur so können wir sicher sein, auch in kritischen Situationen immer Zugang zu Kapital zu haben.« Im Alltag sieht das so aus: Alle Kapitalgeber erhalten eine Jahresplanung. Hinzu kommt für jeden Finanzdienstleister ein Quartalsreport. Wer noch detaillierter im Bild sein möchte, erhält außerdem einen Monatsbericht. »Jeder bekommt genau die Informationen, die er sich wünscht«, bescheinigt Jury-Mitglied Paul.

Einen hohen Anspruch an die Kommunikation mit Kapitalgebern hat auch Carl-Heinz Osten, Finanzvorstand des Büromöbelherstellers Sedus Stoll AG, der den Preis in der Kategorie »Große Unternehmen« entgegennahm. Er verfolgt bereits seit

Jahren vor allem ein Ziel: Das Rating seines Unternehmens zu verbessern, um leichter an Kapital zu kommen. Deshalb liefert Osten den Banken die richtigen Argumente: Er verschickt einmal monatlich Informationen über Auftragseingang und Umsatz sowie einen Plan-Ist-Vergleich.

Ostens Kommunikationskonzept ging auf. So hob die Commerzbank die Rating-Note zwischen 2003 und 2005 von 4 auf 2,2 an. Inzwischen kommt Sedus Stoll auf der Skala der großen Rating-Agenturen dem A-Bereich nahe. Und Finanzchef Osten hat es jetzt mit zufriedenen Kapitalgebern zu tun: »Wir informieren so detailliert, dass noch nie jemand weitere Angaben verlangt hat.«

Christoph Hus ressort.finanzen@impulse.de

www. impulse.de

/fikomm Hier finden Sie Impressionen von der Preisverleihung »Beste Finanzkommunikation im Mittelstand«.