

Wenn Christof Kühle Bilanz zieht, sind die Lager seiner Firma voll und seine Kassen leer. Der Backzutatspezialist aus dem schwäbischen Günzburg, dessen Oblaten bei fast jeder Weihnachtsbäckerei zum Einsatz kommen, lebt eben vom Saisongeschäft. Und das beginnt just, nachdem sein Geschäftsjahr im August zu Ende gegangen ist: »Wir müssen jedes Jahr acht Monate vorfinanzieren«, erläutert Kühle. »Das geht nur, wenn die Banken sich darauf verlassen können, dass wieder etwas reinkommt.«

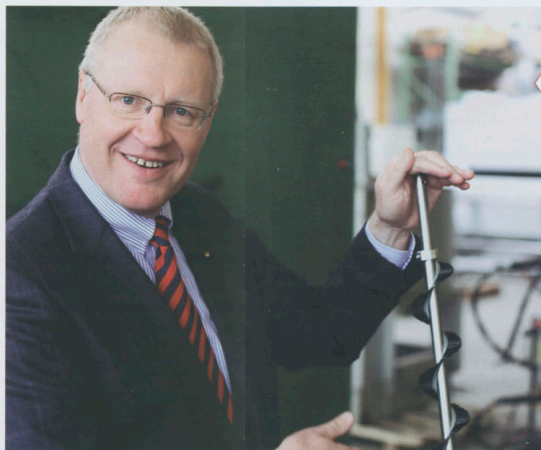
Damit das so bleibt, unternimmt er eine ganze Menge: Dreimal pro Jahr liefert er allen Geldgebern Zwischenberichte zum Geschäftsverlauf. Misslingt eine Ernte oder steigen die Rohstoffpreise, bemüht er sich ad hoc um Gesprächstermine. Und wenn er neue Produkte ins Programm nehmen oder in andere Länder expandieren will, holt er Gesellschafter und Kreditgeber mit ins Boot. »Wenn die Betreuer bei der Bank uns für diese Offenheit loben«, sagt der Firmenchef, »geht das runter wie Öl.«

Vorbildliche Unternehmer

Jetzt hat Kühle auch eine öffentliche Bestätigung für seine Strategie: Als eine von drei Firmen gewann die Kühle GmbH den Preis für die »Beste Finanzkommunikation im Mittelstand«. Neben Kühle konnten der Anlagenbauer Münstermann aus Telgte im Sauerland und der Remscheider Heizgerätespezialist Vaillant die Jury überzeugen. Zum zweiten Mal hatten der Kreditversicherer Euler Hermes und impulse mit den

Offenheit siegt

Zum zweiten Mal hat eine Fachjury die besten Finanzkommunikatoren im Mittelstand ausgezeichnet. Die Strategien der Gewinnerfirmen.



UMSATZ: AB 10 MIO. EURO

Bernd Münstermann hielt früher nicht viel davon, seine Unternehmensdaten an Irgendjemanden herauszugeben: »Bilanzen waren Heiligtümer und kamen in den Tresor. Selbst die Banken haben höchstens Auszüge zu Gesicht bekommen«, sagt der Chef des Anlagenbauers Bernd Münstermann GmbH & Co KG aus Telgte. Das ging gut, bis er Verluste einfuhr – und die Banken unangenehme Fragen stellten. »Da musste ich die Karten auf den Tisch legen«, sagt er, »und habe gelernt, künftig schneller zu informieren.« Jetzt hält er keine Zahlen mehr geheim. Nicht nur das: Er hat auch regelmäßig Planungen für die nächsten Jahre im Angebot. »Banken können ja nur zurückschauen. Unsere Aufgabe ist es, sie nach vorn blicken zu lassen.«



Fotos: Ingo Reppert für impulse, Axel Zwick für impulse, Markus Fehrenken für impulse

UMSATZ: AB 100 MIO. EURO

Die Remscheider Vaillant Gruppe mit über 10 000 Mitarbeitern und zwei Milliarden Euro Umsatz gehört seit ihrer Gründung der Familie. In der Finanzkommunikation hat das Unternehmen folgerichtige Prioritäten gesetzt. Finanzchef Claes Göransson spricht immer zuerst mit Eigentümern, danach mit den Kreditgebern.

Auch andere Kapitalgeber und Mitarbeiter erhalten regelmäßig Geschäftszahlen. Einmal im Jahr lädt Vaillant Geldgeber in ein Werk ein. Das Verhältnis sieht man partnerschaftlich: Zum einen hat die andere Seite ein Informationsinteresse, zum anderen ist man selbst ein attraktiver Kunde – schließlich verdienen Banken etwa bei der Währungsabsicherung mit.



UMSATZ: BIS 10 MIO. EURO

Christof Kühle führt in vierter Generation die W. u. H. Kühle GmbH & Co KG mit Sitz im schwäbischen Günzburg. Der Familienbetrieb mit 80 Mitarbeitern ist für Backoblaten, Sahnefest und Tortenguss bekannt. Der Junior hat der Traditionsfirma in den vergangenen Jahren ein modernes Managementsystem verpasst. Das sieht auch vor, Geldgeber regelmäßig zu unterrichten, um »krisenfestes Vertrauen zu bilden«. Was der schwäbische Unternehmer dank funktionaler Software heute in der Regel ohne großen Aufwand erledigen kann: »Wenn man die Finanzkommunikation im täglichen Ablauf fest installiert hat, macht sie kaum Arbeit.« Gespräche mit der Bank sind für ihn Chefsache: »Ich sehe das als Marketing. Das bezieht sich ja nicht nur auf unsere Produkte. Sondern auf das ganze Erscheinungsbild der Firma.«