

**Redaktion impulse**

**Holger Externbrink**

**Pressekonferenz Studie Finanzkommunikation im Mittelstand**

**19.11.2008**

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie ganz herzlich. - Lassen Sie mich auch von Seiten des Medienpartners impulse einige Worte zur Bedeutung der Studie „Finanzkommunikation im Mittelstand“ sprechen.

Gerade für uns als Wirtschaftsmagazin für Unternehmer ist das Thema Finanzen Dauerthema im Magazin. Es ist so wichtig, weil es für die Firmen so lebenswichtig ist. Gründen, wachsen, umstrukturieren – für fast alle betrieblichen Maßnahmen benötigen sie einen Finanzierungspartner. (Außer, Sie gehören zu den wenigen außergewöhnlichen Unternehmen, die es schaffen, sich komplett mit Eigenkapital zu finanzieren.) Auf diese Bank, diese Leasinggesellschaft, diesen Faktor oder diese Beteiligungsgesellschaft müssen sich Firmen verlassen können. Voraussetzung hierfür ist Vertrauen. Und um das herzustellen, braucht es zwingend Kommunikation. Unternehmer und Finanzier müssen miteinander reden, müssen wissen, was sie voneinander erwarten.

Viele Unternehmer haben das bereits erkannt, wie wir gehört haben. Sie wissen, dass gute Kommunikation mit der Bank sich auszahlt. Sie erhalten leichter, schneller und wahrscheinlich auch mehr Kapital.

Die Mehrzahl der Unternehmer jedoch scheut sich noch, offen mit seiner Bank über die Zahlen von Gewinn und Umsatz zu sprechen. Sie verweigern oft den Blick in die Bücher und sehen in dem zusätzlichen Aufwand keinen lohnenden Ertrag für sich. Sie empfinden sich sogar als Bittsteller. Dabei täten sie gut daran diese Einstellung zu ändern. Denn Firmen die offen mit den Finanziers kommunizieren, haben mehr Erfolg, erzielen einen größeren Gewinn, verfügen über mehr Eigenkapital und haben mehr Finanzierungsalternativen.

Vor allem in Krisenzeiten wie diesen zahlt es sich aus, wenn Unternehmer einen guten Draht zu ihrer Bank haben. Regelmäßige Informationen wirken da wie Beiträge in eine

Lebensversicherung. In schwierigen Zeiten, wenn die Banken die Bonitätsstandards anziehen, fallen meist als erste die durch Rost, bei denen Banken zweifeln. Da hilft im Zweifel auch ein Rating wenig. Und natürlich trifft dies zuerst jene Firmen, über die wenige Informationen vorliegen. Dass dies die Banken hier häufig zu schnell urteilen und ihre Kunden vor die Tür setzen, steht indes auf einem anderen Blatt.

(Erinnert sei hier an die Zeit der Einführung von Basel II, als Banken Firmen reihenweise die Kredite verweigerten mit dem vorgeschobenen Argument, nach den neuen Eigenkapitalregeln sei es jetzt nicht mehr möglich, dem Betrieb Kredit zu geben. In Wahrheit haben die Banken nur ihre Bücher bereinigt.)

Insgesamt muss man jedoch konstatieren, dass viele Unternehmer in den letzten Jahren gelernt haben. Sie haben – auch angetrieben von Basel II und den Banken – ihre Rechnungslegung verbessert, haben ihre Eigenkapitalquote erhöht und sich nach alternativen Finanzierungsquellen umgesehen – und nutzen sie kräftig. Nicht ohne Grund ist inzwischen Leasing anstelle von Kredit die wichtigste Finanzierungsform im Mittelstand.

Doch lassen Sie uns auf die Bankenseite schauen. Wie sieht es bei dem anderen Finanzierungs- bzw. Kommunikationspartner aus? Die Banken verstehen sich als Partner des Mittelstandes. In regelmäßigen Abständen umwerben sie die Firmen

Erwarten viel von den Firmen

(Auch die Firmen glauben, dass sie besser seien als sie sind.)

Ein wenig mehr Selbstkritik, weniger hohes Ross täte ihnen – und den Unternehmen mit Sicherheit gut.