



## Statement

### Pressekonferenz Finanzkommunikation im Mittelstand

---

19. November 2008, 10.00 Uhr  
Haus der Deutschen Wirtschaft, BDI-Raum 1.002/1.006

Frau Ingeborg Neumann  
Managing Partner, PEPPERMINT Holding GmbH;  
Mitglied des Vorstands, BDI-Mittelstandsausschuss

---

Redezeit: 5 Minuten

**Es gilt das gesprochene Wort.**

**Bundesverband der  
Deutschen Industrie e.V.**  
Mitgliedsverband  
BUSINESSEUROPE

*Hausanschrift*  
Breite Straße 29  
10178 Berlin

*Postanschrift*  
11053 Berlin

*Telekontakte*  
T: 030 2028-1432  
F: 030 2028-2432

*Internet*  
[www.bdi.eu](http://www.bdi.eu)

Ohne Fremdkapital war und ist der Mittelstand schlicht nicht lebensfähig. Kommt es bei der Kapitalversorgung zu Verklemmungen, vor allem durch das Verhalten von Banken, so kann dies relativ rasch die Existenz des Unternehmens gefährden.

Dies ist leider keine Theorie. Denn die globale Finanzmarktkrise erfasst inzwischen auch die gesamte Industrie. Der deutsche Mittelstand ist daher in hohem Maße besorgt, dass er, und zwar durchaus unverschuldet, zum Hauptleidtragenden der Geschehnisse werden könnte.

Sorge bereitet den Unternehmen, dass die Banken, trotz der erheblichen staatlichen Hilfen, die dringend benötigten Kreditlinien zum Teil kürzen, ihre Bonitätsanforderungen zum Teil drastisch verschärfen und oben-drein, trotz des gesunkenen Zinsniveaus die Kreditkonditionen verteuern.

Dies trifft vor allem die große Zahl der Zulieferer, die eigentlich ein stabiles Geschäftsmodell haben. Es trifft aber auch die Exporteure, die zunehmend schwerlich Akkreditive bestätigt bekommen.

Dies sind keine Einzelfälle. Dies belegt auch die offizielle Statistik der Deutschen Bundesbank: Knapp die Hälfte der deutschen Banken will danach die Kreditvergabestandards in diesem Quartal verschärfen. Ein Drittel hat dies bereits getan. Weitere Verschärfungen scheinen bevorzustehen.

Dieser Befund deckt sich in etwa mit den noch vorläufigen Ergebnissen einer aktuellen Umfrage des BDI in Zusammenarbeit mit dem Verband deutscher Treasurer in der Industrie: Etwa 1/3 der Unternehmen, die geantwortet haben, melden Probleme bei der Kreditaufnahme, und zwar sei es Neukredite zu bekommen, aber noch ärgerlicher, die hinhaltende Verlängerung bestehender Kreditlinien.

Lassen Sie es mich wiederholen: Der „Rettungsschirm“ des Staates schafft zwar größtmögliche Sicherheit für die Banken und auch an Liqui-

dität mangelt es nicht. Denn die EZB trifft ausreichend Vorsorge. Dennoch muss der Mittelstand die erwähnten Vorkommnisse feststellen.

Ich meine deshalb mit Nachdruck: Die Banken müssen zu ihren Kreditlinien und fest vereinbarten Konditionen stehen. Dies gilt natürlich nur für die im Kern gesunden Unternehmen. Wir wehren uns aber gegen diese zunehmend pauschal zu beobachtenden Vorkommnisse. Denn in der aktuell schwierigen Situation müssen sich auch die Banken als verlässliche Partner erweisen.

Aber auch dem Mittelstand ist eine Botschaft ins Stammbuch zu schreiben: In der heutigen Zeit kommt einer offenen Finanzkommunikation eine besondere Rolle zu.

Professor Paul hat die zentralen Ergebnisse der gemeinsamen Studie bereits vorgestellt.

Von meiner Seite ergänzend dazu vier kurze Punkte:

1. Der industrielle Mittelstand braucht sich nicht zu verstecken. Viele Familienunternehmen sind gesund, flexibel, gut vernetzt, regional vernetzt. Sie haben es verstanden, die Chancen der Globalisierung zu nutzen. Aber: Der Mittelstand muss seine „Unternehmensstory“ auch verkaufen. Und daran hapert es manchmal.
2. Eine oft passive Informations- und Kommunikationspolitik gegenüber Banken muss durch ein pro-aktives Handeln abgelöst werden. Denn auch dies schafft Vertrauen, und das ist eigentlich das wichtigste Kapital in der heutigen Zeit.
3. Viele Unternehmen haben keine rechte Vorstellung davon, welchen Nutzen so eine kontinuierliche Finanzkommunikation stiftet. Der Nutzen, gute Zahlen in guten Zeiten bekannt zu geben, ist eher gering. Der Hauptnutzen liegt vielmehr darin, dass man in Krisenzeiten von diesem erworbenen Vertrauenskapital zehren kann.

4. Mehr Transparenz darf aber keine Einbahnstraße sein. Auch die Banken müssen besser kommunizieren. Sowohl was ihr eigenes Standing angeht, aber auch was die Qualität der Produkte betrifft. Und diese müssen auf das Bedürfnis des jeweiligen Unternehmens zugeschnitten sein. Und sie müssen auch das Gütesiegel der Bank tragen, d.h. das Risiko z.B. aus Finanzinnovationen darf nicht verschleiend auf Unternehmen abgewälzt werden.

Der BDI hat die vorliegende Studie zur Finanzkommunikation mit Rat und Tat unterstützt. Ich empfehle sie Ihnen allen! Zahlreiche Erkenntnisse und Empfehlungen können für mittelständische Unternehmen von großem Nutzen sein.