

Finanzkommunikation im Mittelstand

Voraussetzung für zukünftigen Unternehmenserfolg

Das Thema Finanzkommunikation im Mittelstand gewinnt auch nach überstandener Wirtschaftskrise spürbar weiter an Bedeutung. Bleibt eine kommunikative Begleitung einer Fremdkapitalgeber-Kunde-Geschäftsverbindung aus, so verschleißt sich das Unternehmen häufig einer wichtigen und vor allem existentiellen Ressource – der Liquidität.

Die zunehmend schwierigen Umfeldbedingungen für eine Kreditvergabe im Zuge von Basel II und zukünftig auch Basel III sowie die restriktive Vorgehensweise einzelner Institute gegenüber ausgewählten Branchen spüren derzeit zahlreiche Unternehmen in Deutschland. Nicht zuletzt deshalb wurde von der Bundesregierung erstmalig ein Kreditmediator eingesetzt, um zwischen Unternehmen und Kreditinstituten zu vermitteln.

In vielen mittelständischen Unternehmen war Finanzkommunikation bislang eher vom „Freestyle“ und das Vorgehen stark passiv geprägt. Es fängt damit an,

dass den Finanzierungspartnern neben vorgeschriebenen Mindeststandards an regelmäßig einzureichenden Unterlagen (BWA, SuSa-Liste, Jahresabschluss) häufig keine weiteren Informationen zur Verfügung gestellt werden. Und selbst die Standardunterlagen werden in vielen Fällen nicht rechtzeitig und unkommentiert eingereicht. Ein Erläuterungsteil oder eine Darstellung anderer unternehmensspezifischer Informationen und Pläne für die Zukunft fehlen häufig ganz.

Die Interpretation der Unterlagen – meist geprägt durch die Zahlen aus der Finanzbuchhaltung – wird ganz der Fremdkapitalgeberseite überlassen. Dabei hätte der mittelständische Unternehmer viel zu erzählen und hätte Entwicklungen im Zahlenwerk bereits im Vorfeld erläutern können.

Eine Systematik und auch der professionelle Umgang mit dem häufig wichtigsten Lieferanten eines Unternehmens, dem Fremdkapitalgeber, vermisst man also in großen Teilen des Mittelstandes bis

heute. Dabei ist für jede Investition, jede Geschäftsausweitung aber auch jeden anderen unternehmerischen Schritt ein gewisses Maß an Fremdkapital nötig. Dieses muss zeitnah und möglichst unkompliziert beschafft werden. Ganz zu schweigen von einem kurzfristigen Überziehungsbedarf, den auch jeder Unternehmer kennt.

Nur eine zielorientierte und systematische Finanzkommunikation begleitet die unternehmerischen Pläne mittelständischer Betriebe und kann eine stabile Finanzierungswelt sichern. So können auch Krisensituationen überstanden oder sogar im Vorfeld vermieden werden.

Dipl.-Kfm. Frank Jokisch

Geschäftsführender Gesellschafter
der EFFIZIENZA GmbH
www.bankersview.de
www.effizienz.de

