Handelsblatt vom 14./15. Juni 2002

Mittelständler vernachlässigen Bankbeziehung

>> „Mittelständler sollten Kontakte zur Bank pflegen"
Handelsblatt
Nr. 110 vom 12.6.2002

Die schwierige Gratwanderung des Mittelständlers zwischen dem Gefühl einerseits, dass seine Bank seinen unternehmerischen Freiraum einengt, und seinem Bewusstsein andererseits, dass nur Offenheit dauerhaft eine vertrauensvolle Beziehung zur Bank gewährleistet, haben die Autoren treffend beleuchtet. Dass dies in der Krise besonders evident wird, ist klar.

Allerdings fehlt ein deutlicher Hinweis: Der Versuch, ein Vertrauensverhältnis erst in der Krise aufbauen zu wollen, muss scheitern. Eine Krise gemeinsam zu meistern verlangt, dass das Vertrauensverhältnis in den noch guten Jahren aufgebaut und ständig abgesichert wird. Vertrauen ist ein Prozess.

Und genau hier scheitern viele Mittelständler. Würden sie ihre Gespräche mit ihren wichtigsten Lieferanten und ihren Topkunden so schlecht vorbereiten wie ihre Bankgespräche – sie wären längst weg vom Markt. Viele Banker können davon ein Lied singen – und sie sind über die Situation gar nicht glücklich, denn sie macht ihr Geschäft nur vordergründig leichter.

Welcher Mittelständler hat sich nicht schon einmal darüber geärgert, wie viele Gespräche für eine neue Finanzierung erforderlich waren? Die Ursache liegt jedoch überwiegend bei ihm: Wer solche Gespräche schlecht vorbereitet, sie nicht zielgenau führt und schlecht oder gar nicht nachbereitet, sollte sich nicht wundern.

Natürlich machen es auch die Banken mit ihren ständigen Betreuerwechseln dem mittelständischen Kunden nicht leicht. Doch steuern kann man nur eigenes Handeln.

Im Übrigen: Die weit verbreitete Meinung, mit dem Rating würden die Gespräche mit der Bank unwichtiger, weil ja doch alles von den Zahlen des Ratings abhänge, führt vollkommen in die Irre. Je mehr Gewicht die Zahlen bekommen, desto wichtiger wird es, die anderen – qualitativen – Aspekte meines Unternehmens und meiner Unternehmerpersönlichkeit noch überzeugender „rüberzubringen".

Carl-Dietrich Sander,
Neuss

>> Schreiben Sie uns

E-Mail: hb.leserbriefe@vhb.de
Brief: Handelsblatt
Nachrichtenredaktion
Postfach 10 27 41
40018 Düsseldorf
Fax: 02 11-32 99 54