

Kommunikation mit Kreditinstituten: (k)eine Einbahnstraße!?

„Wie kann die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten verbessert werden, was können die Gesprächspartner dazu beitragen?“ Diese Fragen standen im Mittelpunkt einer Podiumsdiskussion, zu der das Netzwerk AMPEL unter dem Motto

„Kommunikation mit Kreditinstituten – (k)eine Einbahnstraße“ eingeladen hatte. Über 60 Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, sich mit Fachleuten über verschiedene Aspekte des Themas auszutauschen.

Jeder sollte am Ende der Veranstaltung mindestens drei Anregungen für die Verbesserung seines Kommunikationsverhaltens mitnehmen, die sich in der alltäglichen Praxis umsetzen ließen, formulierte Moderator Carl-Dietrich Sander, der sich als Unternehmerberater auf die Verbesserung der Kommunikation zwischen Banken und Unternehmen spezialisiert hat, das Ziel des Gesprächs. Vier Themenbereiche wurden konkretisiert: Das Rating, die Vorbereitung von Kreditgesprächen, die Gesprächsführung sowie die Unterlagen für Kreditwünsche und Ratings.

Vertrauen als wichtige Basis

„Die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten kann nur dann erfolgreich verlaufen, wenn die Gesprächspartner kontinuierlich und nicht nur punktuell und anlassbezogen miteinander im Gespräch sind“, erklärte beispielsweise Christoph Pliete von der De.Velop AG. Nur so entstehe das Vertrauen, das eine wichtige Basis für auf Dauer für alle Beteiligten erfolgreiche Geschäftsbeziehungen sei. Jürgen Büngeler von der Sparkasse Westmünsterland betrachtete das Rating als Handwerkszeug der modernen Unternehmenssteuerung: Es liefere nicht nur den



Banken, sondern vor allem den Unternehmen selbst einen strukturierten und transparenten Überblick über die aktuelle Situation der Firma und beinhalte deshalb die Chance, die Verbesserungspotenziale des Unternehmens zu identifizieren und zu verwirklichen. Friedrich Wiese vom Steuerbüro Wiese und Partner ergänzte, dass diese Chance von den Unternehmen aber nur dann wahrgenommen werden könne, wenn auch die Banken die mit ihren Erwartungen verbundenen Lösungs- und Verbesserungsvorschlä-

ge nachvollziehbarer als bisher kommunizieren würden.

Dr. Jürgen Wigger von der Bewital GmbH & Co. KG vertrat die Auffassung, als Unternehmer müsse man nicht nur seine Ziele klar vor Augen haben, sondern sich auch intensiv mit der Perspektive der Banken als Gesprächs- und Verhandlungspartner auseinandersetzen. Dies bedeute unter anderem, entsprechende Fragen zu stellen, um die Hintergründe für die Positionen und Anforderungen der Banken zu verstehen. Nur so kön-

ne man sich zielorientiert auf den Gesprächspartner einstellen.

Dr. Wolfgang Baecker von der VR-Bank Westmünsterland fügte hinzu, dass dies für beide Seiten gelte. Auch wenn die Banken auf einem guten Weg seien, sei es den Kreditinstituten offenbar bisher noch nicht vollständig

Verhandlungsposition verdeutlichen

gelungen, den Unternehmen die Hintergründe ihrer Position und Erwartungen transparent und verständlich zu machen. Denn gute Vorbereitung auf die Gespräche sei nicht nur in Bezug auf die Erwartungen der Gesprächspartner, sondern auch in Bezug auf die Verdeutlichung der eigenen Verhandlungsposition auf beiden Seiten erforderlich.

Rolf Weinbrenner, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, stellte die Unterstützung der Unternehmen bei der Vorbereitung von Kreditgesprächen als eine der wesentlichen Aufgaben seiner Zukunft heraus. Dabei gehe es um weit mehr, als die Zusammenstellung von Informationen und Unterlagen. Das Dienstleistungsprofil reiche von der Unterstützung bei der Erarbeitung einer Verhandlungsstrategie bis zur praktischen Simulation der jeweiligen Bankgespräche.