

Kreditgespräche erfolgreich führen

Waren es in den letzten Monaten die Umsatzrückgänge, die zu einem erhöhten Liquiditätsbedarf führten, sind es jetzt und werden es vermehrt die Umsatzzuwächse sein, die zu finanzieren sind. Damit bestätigt sich immer wieder die alte Unternehmerweisheit „Ohne Liquidität ist alles nichts“. Entscheidend ist dabei die „Vorsorge“: also bereits zu denken und zu handeln (!), wenn Liquidität noch reichlich vorhanden ist. Dabei ist die Kommunikation mit den Kreditgebern ein zentraler Erfolgsfaktor.

Kreditklemme: Damit sie nicht greift

Die Kreditklemme ist ein unternehmensindividuelles Thema. Und zwar auf beiden Seiten – bei Banken und Mittelständlern.

Es gibt einzelne Banken und Sparkassen, die generell in ihrer Kreditpolitik vorsichtiger geworden sind oder werden. Dies spüren dann alle Firmenkunden querebe. Dies ist einerseits eine Frage der „Risikotragfähigkeit“ dieser Kreditinstitute, andererseits eine Frage der Geschäftspolitik.

Unternehmensindividuell spüren vor allem Unternehmen Zurückhaltung Ihrer Kreditgeber, die z.B. folgende Merkmale erfüllen – je mehr davon zutreffen, umso problematischer:

- Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse – sich zeigend im Jahresabschluss und in der Betriebswirtschaftlichen Auswertung (BWA):
 - Rückläufiger Ertrag
 - Rückläufiger Cashflow – auf Basis dessen sich ggf. die „Kapitaldienstfähigkeit“ nur noch knapp oder gar nicht mehr rechnen lässt.
 - Rückläufige Eigenkapitalquote
 - Zunahme typischer „Risikopositionen“ in der Bilanz wie z.B. Warenlager, Kundenforderungen (gemessen in % der Bilanzsumme)
 - Steigende Privatentnahmen – besonders, wenn diese höher sind als die Gewinne
- Keine klaren Aussagen des Kunden zur aktuellen Entwicklung
- Sich versteifende Kreditanspruchnahme auf dem Geschäftsgirokonto (Der Sollsaldo steigt mehr oder weniger kontinuierlich an und bewegt sich oft / dauerhaft kurz unter der vereinbarten Kreditlinie)
- Überziehungen der vereinbarten Kreditlinie – ggf. selbst wenn diese abgesprochen sind
- Einreichen von Jahresabschluss / BWA verzögert sich gegenüber der bisherigen Praxis
- Zusagen werden von Seiten des Firmenkunden nicht eingehalten
- Sicherheitenbasis verliert an Wert / weitere Sicherheiten können nicht gestellt werden

Das heißt für Mittelständler: möglichst dafür zu sorgen, dass solche „Negativ-Merkmale“ nicht auftreten. Wenn sich diese nicht vermeiden lassen (Ertragsrückgang z.B.), sollte dies rechtzeitig und klar gegenüber den Banken kommuniziert werden. Dabei ist die Aussage zu den ergriffenen Maßnahmen, um gegenzusteuern, besonders wichtig.

Bankenkommunikation – Die aktive Rolle übernehmen

Welche Themen in den Feldern Liquidität und Finanzierung auch immer anstehen: entscheidend für erfolversprechende Bankgespräche ist:

- selber der aktive Partner in der Kommunikation sein – nicht auf die Aktion der Bank warten

- gut vorbereitet agieren (Vorbereitung ist die halbe Miete)
 - vorab klären, welche Unterlagen benötigt die Bank?
 - diese Unterlagen komplett vor dem Gespräch einreichen!
 - Klarheit darüber, was ich erreichen möchte!
- Ggf. nicht allein ins Bankgespräch gehen
 - Senior, Junior, Partner/in, Steuerberater, Unternehmensberater mitnehmen
 - Vorher absprechen, wer welche Rolle im Gespräch übernimmt
 - Wichtig: der Unternehmer kann die Zahlen-Themen nicht alle delegieren – daran misst die Bank im Rating seine kaufmännische Qualifikation
- Bankgespräch mit Selbstbewusstsein führen
- Bankgespräch gezielt nachbereiten – Konsequenzen ableiten und in Aktivitäten umsetzen.

Zur Vorbereitung gehört auch, sich über die Denk- und Handlungsweise des Verhandlungspartners Klarheit zu verschaffen – dies erhöht die eigenen Erfolgchancen. Die Banken sind heute sehr stark „risiko-getrieben“. Das bedeutet für Unternehmer, dass sie die Risikoeinschätzung der Bank/en kennen sollten. Diese verbirgt sich hinter dem Begriff „Rating“:

- Analyse des Unternehmensstandortes (Analyse der Jahresabschlüsse und der aktuellen aussagefähigen (!) Betriebswirtschaftlichen Auswertung z.B. mit Blick auf Rentabilität und Eigenkapitalausstattung)
- Analyse der Unternehmensperspektiven (Fragenkatalog zur kaufmännischen Unternehmensführung – z.B. Marktstellung, Sortimentsstruktur, Unternehmensnachfolge, ...)
- Analyse von Warnsignalen in der Geschäftsbeziehung

Entscheidend ist, mit den Kreditinstituten ausführlich über das Rating zu sprechen: die Fragen, die Note, die Bedeutung der Note für die Kreditbereitschaft, die Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens aus Sicht der Sparkasse (Informationen dazu unter www.neusser-rating-appell.de). Unternehmer sollten im Bankgespräch zwei Chancen sehen:

- Die Unternehmenssituation argumentativ gut vorbereitet darlegen
- Die Einschätzung der Bank kennen lernen, diese prüfen und daraus ggfs. Impulse für das eigene Handeln aufgreifen.

Wer so vorgeht, erhöht seine Chancen, dass „Kreditklemme“ für ihn ein Fremdwort bleiben wird.

[Carl-Dietrich Sander](#)

ist **freiberuflicher UnternehmerBerater** in Neuss.

[mehr Informationen zum Autor ...](#)

[Artikel weiterempfehlen»](#)

[«zurück zur Übersicht](#)

© 2010 | [Kontakt](#) | [Impressum](#) | [Sitemap](#)

Kooperation: [Deutsches Factoring-Portal](#) | [Factoringunternehmen](#)