

# FINANCIAL TIMES

## DEUTSCHLAND

[Unternehmen](#)[Finanzen](#)[Politik](#)[Karriere](#)[IT+Medien](#)[Sport](#)[Auto](#)[Luxus](#)[Panorama](#)

## FTD-Serie: Wer Geld will, muss tief blicken lassen



**Kredit ist eine Frage von Risiko und Glaubwürdigkeit. Über beides müssen Unternehmer und Geldgeber reden. Hier steht, wie man das professionell anpackt.**

■ [Weitere Artikel der Serie](#)

Empfehlen:



9



Gefällt mir

8



+1

1

1 Bewertungen



14.05.2012, 07:00

Schriftgröße: **AAA**

Merken

Drucken

Finanzkommunikation:

## Wenn Reden Gold ist

**Wer mit Geschäftspartnern und Investoren offen und regelmäßig über Geschäftsentwicklung und Finanzlage seines Unternehmens redet, kommt besser an Kredite. Immer mehr mittelständische Unternehmen beherzigen das.** von Jonas Tauber

Als der Maschinenbauer aus Ostwestfalen-Lippe Geld für eine neue Fertigungshalle brauchte, zahlte sich aus, dass er Banken, Kreditversicherer und Auskunfteien jeden Monat über Geschäftsergebnisse und laufende Projekte informiert hatte. Die Bank war bereit, ihm den Millionenkredit zu günstigen Konditionen zu gewähren. Die Zinsen waren niedriger als üblich und das Unternehmen musste weniger Sicherheiten hinterlegen, berichtet Unternehmensberater Johannes Müller, der die Firma seit 2004 betreut. Offenheit zahlt sich also aus: "Unternehmen, die transparent kommunizieren, profitieren von besseren Konditionen und können mit höheren Kreditzusagen rechnen", sagt er.

Dabei ist Transparenz häufig keine freiwillige Angelegenheit. Viele Unternehmen, darunter alle Kapitalgesellschaften und Personengesellschaften ohne persönlich haftenden Gesellschafter, sind seit 2007 gesetzlich dazu verpflichtet, ihren Jahresabschluss im Bundesanzeiger zu publizieren. Kleinere Unternehmen müssen jedoch nur eine verkürzte Bilanz ohne Gewinn- und Verlustrechnung zur Verfügung stellen. Diese Zahlen sind dann für jeden frei zugänglich. Aber Banken geben sich bei der Kreditvergabe nicht mit diesen kargen Angaben zufrieden.



Wer mehr erzählt, zahlt weniger Zinsen

### Zahl der Schweiger sinkt

Ihnen sind Daten darüber, wie sich das Geschäft in der Zukunft entwickelt, immer wichtiger. Das kann die Auftragsliste sein oder eine vielversprechende Neuausrichtung der Unternehmensstrategie. "Der Wunsch nach Planungsunterlagen, von denen sich auf den zukünftigen Cash-Flow eines Unternehmens schließen lässt, hat in den letzten Jahren stark zugenommen", sagt Edith Weymayr, Leiterin Vertriebs- und Kreditmanagement Mittelstand bei der Commerzbank. "Wir wollen nicht nur in die Vergangenheit schauen, sondern auch in die Zukunft."

Mittelständische Unternehmen haben nach ihren Angaben in den letzten Jahren in Sachen Finanzkommunikation deutlich dazugelernt. "Von über der Hälfte unserer Firmenkunden bekommen wir ungefragt die Informationen, die wir brauchen", sagt Weymayr. 30 bis 35 Prozent lieferten, wenn sie darauf angesprochen werden. Nur etwa 15 Prozent weigerten sich, Angaben über die gesetzlich vorgeschriebenen hinaus zu machen. Diese Kunden verlieren ihre Kreditwürdigkeit bei schlechter Geschäftslage im Zweifel schneller als auskunftsfreudige Firmen.

## **Von der Pflicht zur Kür**

Marc Tenbrieg, der Geschäftsführer des Deutschen Mittelstandsverbands, kritisiert, dass Banken kaum noch langfristige Kredite vergeben. Das liegt seiner Ansicht nach an den gestiegenen Eigenkapitalanforderungen an Banken im Zuge der Regelwerke Basel II und Basel III. Tenbrieg berichtet, dass deutsche mittelständische Unternehmen deshalb zunehmend auf alternative Finanzierungsquellen wie Mitarbeiterbeteiligungen oder Unternehmensanleihen zurückgreifen. "Im Gegensatz zu Banken interessieren sich diese Investoren nicht nur für nackte Zahlen, sondern für das Unternehmen selbst", sagt er. Deshalb seien sie eher zu einem langfristigen Engagement bereit.

Weil an ihren Zahlen deutlich mehr Parteien interessiert sind als bei GmbHs, müssen börsennotierte Gesellschaften zusätzliche Informationen publizieren. Zu den gesetzlich verpflichtenden Vorgaben gehört die Veröffentlichung der Quartalsberichte und der Ankündigungen der Hauptversammlungen über den Bundesanzeiger - oder auch die umgehende Kommunikation von kursrelevanten Vorgängen über Ad-hoc-Meldungen.

Beschädigt zum Beispiel ein Erdbeben die wichtigste Fertigungshalle eines Flugzeugbauers, ist das eine potentiell kursrelevante Nachricht und muss den Aktionären bekannt gemacht werden.

## **Auch mal die Klappe halten**

Einen Großteil der Ad-hoc-Meldungen deutscher Aktiengesellschaften verbreitet der Dienst Deutsche Gesellschaft für Ad-hoc-Publizität (DGAP). Die Aktienunternehmen wählen sich dafür auf der Website des Dienstleisters ein und melden die Neuigkeit. Das DGAP-System verschickt dann eine Vorabmeldung an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und an die Börsen, an denen die Aktie gehandelt wird. Eine halbe Stunde später geht die Nachricht an die großen Nachrichtenagenturen wie Reuters oder Bloomberg und an verschiedene Finanzportale. Gegen eine Gebühr von 200 bis 300 Euro pro Nachricht garantiert DGAP mit seinem Service den Unternehmen, dass sie ihrer gesetzlichen Publizitätspflicht nachkommen.

Für Börsenneulinge sei die Verantwortlichkeit gegenüber der Öffentlichkeit eine der größten Herausforderungen, sagt Ulrich Kütter von der Firma Consigno Consultants, die Unternehmen auf dem Weg an die Börse begleitet. So haben Aktionäre ein Informations- und Rederecht auf den Hauptversammlungen. Der Vorstand muss zu ihren Fragen Stellung beziehen. "Die Aktionäre dürfen, sollen, müssen unter Wahrung der Geschäftsgeheimnisse alles wissen", sagt er. Der Vorstand ist dann nicht zur Auskunft verpflichtet, wenn eine Antwort zu einer Vertragsverletzung führen würde. Hat das Aktienunternehmen zum Beispiel eine Firma gekauft und sich dem Verkäufer gegenüber verpflichtet, Stillschweigen über den Preis zu wahren, darf die Führungsmannschaft eine entsprechende Frage eines Aktionärs nicht beantworten.