

Ostdeutscher Bankenverband e.V.

Der Ostdeutsche Bankenverband e.V. vertritt Banken in privater Rechtsform, die ihren Sitz oder Geschäftsstellen in Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt oder Thüringen haben.

Er wirkt als Ansprechpartner für Politik, Medien, Verbände und interessierte Öffentlichkeit. In die Diskussion wirtschaftspolitischer Einzelthemen bringt sich der Verband durch Publikationen, Vorträge, öffentliche Veranstaltungen und politische Gesprächsrunden ein.

Impressum

Ostdeutscher Bankenverband e.V.
Berliner Straße 44, 10713 Berlin
Tel: 030 - 88 777 880, Fax: 030 - 88 777 888
E-Mail: info@ostbv.de

www.ostbv.de

Gestaltung: Sabine Müller
Verantwortlich: Klaus Wagner-Wieduwilt

BANKENBLICK



CHECKLISTE UNTERNEHMENSKREDIT

Strategie

Kommunikation

Rating

Beratung

Strategie

Unternehmensfinanzierung ist heute mehr als nur eine Nebensache im Alltag der Betriebsführung.

Längst ist die Finanzierung ein gleichberechtigtes strategisches Thema neben Beschaffungs-, Absatz- oder Personalplanung.

Für den Unternehmer bedeutet dies zunächst, den eigenen Finanzbedarf zu analysieren. Strategisches Ziel ist es, eine individuell auf das eigene Unternehmen zugeschnittene Gesamtfinanzierung zu erhalten.

Gerade in Ostdeutschland mit seinen vielen kleinen, Eigenkapital schwachen Unternehmen gehört dazu auch, Alternativen oder Ergänzungsmöglichkeiten zum Bankkredit zu prüfen.

So kann Beteiligungskapital etwa der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften ein Weg sein, um die dünne Eigenkapitaldecke zu stärken.



Für ostdeutsche Unternehmen bleiben Bankkredite dennoch ein wesentlicher Finanzierungsbaustein. Als Marktführer bei Unternehmenskrediten in Ostdeutschland sind die privaten Banken ein wichtiger Ansprechpartner. Wer heute erfolgreich Kreditgespräche mit seiner Bank führen will, muss sich im Vorfeld auch mit den dort typischen Entscheidungsabläufen befassen.

Hierzu soll dieser Leitfaden Anregungen vermitteln.

Kommunikation

Offener Informationsaustausch ist die Basis für Kreditentscheidungen der Bank.

Im Rahmen ihrer Kreditprüfung analysiert die Bank zahlreiche Einzelfaktoren. Ziel ist, Klarheit über die aktuellen Stärken und Schwächen des Unternehmens zu gewinnen. Bei Investitionsfinanzierungen gilt es, Chancen und Risiken des Vorhabens abzuwägen.

Eine Schlüsselrolle bei Kreditentscheidungen kommt der Finanzkommunikation eines Unternehmens zu. Finanzkommunikation heißt, alle Informationen bereit zu stellen, die eine Bank für ihre Entscheidungen benötigt.

Grundvoraussetzung einer erfolgreichen Finanzkommunikation ist eine überzeugende Unternehmensstrategie, die flexibel den Wandel der Märkte aufgreift.

Die Strategie sollte mindestens auf folgende Fragen Antwort geben:

1. Wie ist die Unternehmensstruktur?
2. Wo sind die Märkte des Unternehmens?
3. Wer sind die Wettbewerber des Unternehmens?
4. Wie ist die Zukunftsperspektive des Unternehmens?



WAS IST FINANZKOMMUNIKATION?

Aufgabe

- Bereitstellung von Informationen, die Banken für Kreditentscheidungen und zur Bewertung späterer Veränderungen im Unternehmen benötigen

Ziele

- Sicherung und Erweiterung des Finanzierungsspielraums
- Positive Beeinflussung der Finanzierungskosten
- Schaffung eines Vertrauensverhältnisses zur Bank

Grundsätze

- **Kontinuität**
Offene Informationsweitergabe bei positiver und negativer Unternehmensentwicklung, rechtzeitige Informationsbereitstellung
- **Wesentlichkeit**
Aussagekraft und Fundierung der übermittelten Informationen
- **Zielgruppenorientierung**
Beachtung der Schwerpunkte des Informationsbedarfs der Bank

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung Bonn

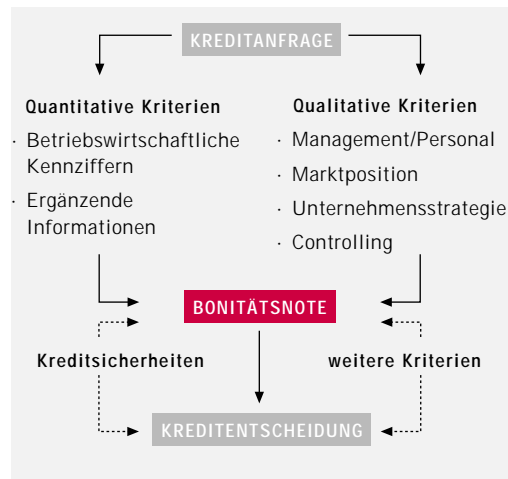
Rating

Vor der Kreditentscheidung steht die Bonitätsprüfung.

Banken verleihen im Kreditgeschäft nicht eigenes Geld, sondern überwiegend Kundeneinlagen. Sie unterliegen daher einer strengen staatlichen Bankenaufsicht. Danach bestehen detaillierte Vorgaben für die Prüfung der wirtschaftlichen Verhältnisse von Kreditnehmern.

Unabhängig davon muss eine Bank auch in ihrem unternehmerischen Eigeninteresse die Fähigkeit des Kunden prüfen, seine Schulden zurückzuzahlen. Diese Bonitätsprüfung ist mit der Zeit immer weiter zu den heute üblichen bankinternen Ratingverfahren entwickelt worden.

DER WEG ZUR KREDITENTSCHEIDUNG



Ziel des Ratings ist es, eine Bonitätsnote zu ermitteln. Diese ermöglicht der Bank, das Ausfallrisiko eines Kredits einzuschätzen.

Das Rating basiert auf zwei wesentlichen Bausteinen: Zum einen auf quantitativen Daten, die eine Bewertung der bisherigen Unternehmensentwicklung erlauben.

Andererseits spielen auch qualitative Kriterien eine Rolle, die der Beurteilung der Entwicklungsperspektiven eines Unternehmens dienen.

Quantitative Bewertungskriterien

Bei der Bonitätsprüfung eines Unternehmens untersucht die Bank zunächst harte Fakten, die Auskunft über die bisherige Unternehmensentwicklung geben.

Datengrundlage sind Jahresabschlüsse (Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnungen), unterjährige betriebswirtschaftliche Auswertungen und ähnliche Darstellungen der Unternehmenssituation.

Im Vordergrund der Analyse stehen bestimmte betriebswirtschaftliche Kennziffern. Diese vergleicht die Bank mit Daten der Vorjahre sowie Daten anderer Unternehmen aus der gleichen Branche. Ergänzend wertet sie weitere Informationen etwa zur Kontoführung aus.

Die nachfolgende Übersicht zeigt beispielhaft, welche Kennziffern für den internen Entscheidungsprozess einer Bank wichtig sind:

1. Umsatz/Leistung
<ul style="list-style-type: none"> · Umsatzentwicklung · Entwicklung der Gesamtleistung · Bestandsveränderungen
2. Kostenentwicklung und -struktur
<ul style="list-style-type: none"> · Personalaufwandsquote · Materialaufwandsquote
3. Ergebnisentwicklung
<ul style="list-style-type: none"> · Jahresüberschuss · Ergebnis vor Zinsen und Steuern · Cash Flow
4. Ertragslage
<ul style="list-style-type: none"> · Eigenkapitalrendite · Gesamtkapitalrendite



5. Finanz- und Vermögenslage
<ul style="list-style-type: none"> · Eigenkapitalquote, Fremdkapitalstruktur · Bewertung des Betriebsvermögens · Liquidität
6. Ergänzende Informationen
<ul style="list-style-type: none"> · Kontoführung (Überziehungen etc.) · „Bankenspiegel“ (Bankverbindungen, Bankverbindlichkeiten etc.)

Qualitative Bewertungskriterien

Ein weiteres Teilelement jeder Bonitätsprüfung sind qualitative Bewertungskriterien, die primär eine Vorstellung über die künftige Unternehmensentwicklung vermitteln.

Unternehmerischer Erfolg hängt in hohem Maße von den handelnden Personen ab. Daher wird eine Bank stets Fragen zum Management des Kredit suchenden Unternehmens stellen.

Ein zweiter Fragenkomplex betrifft die Marktposition des Unternehmens. Davon ausgehend prüft die Bank, ob das Unternehmen eine geeignete und fundierte Unternehmensstrategie besitzt, mit der es auf dem Markt antritt. Die Bank interessiert schließlich, ob ein Unternehmen geeignete Controllingssysteme entwickelt hat, um auf künftige Marktveränderungen angemessen reagieren zu können.

1. Management/Personal

- Führungsstruktur (Personen, Altersstruktur, Regelung der Unternehmensnachfolge)
- Branchenbezogene und kaufmännische Qualifikation
- Informationsverhalten (Finanzkommunikation)
- Innovationsbereitschaft, Reaktion auf Marktveränderungen

2. Marktposition

- Beurteilung des relevanten Absatzmarktes (z.B. Risiken durch Marktschwankungen)
- Marktstellung im Vergleich zu Wettbewerbern
- Produktstruktur (Breite und Modernität der Produktpalette)
- Leistungsfähigkeit des Vertriebs
- Abhängigkeit von einzelnen Abnehmern/Lieferanten

3. Unternehmensstrategie

- Aktuelles Unternehmenskonzept
- Betriebsvorausschau für 1 bis 3 Jahre (Umsatz, Ertrag, Kosten etc.)
- Liquiditätsplanung
- Strategische Planung

4. Controlling

- Qualität der Controllingsysteme (Rechnungswesen)
- Plan/Ist-Vergleich (Abweichung der Ergebnisse von Planzahlen, Konsequenzen)
- Zeitnahe Mehrjahresplanung (Investitions-, Ertrags- und Finanzplanung)
- Risikomanagement (Risikoanalyse sowie Absicherungsmechanismen wie Versicherungen, Zins- und Währungsmanagement etc.)
- Forderungsmanagement (Kontrolle der Zahlungsfristen, Mahnwesen)



Beratung

In Finanzfragen steht ein breites Beratungsspektrum bereit.

Viele kleinere und mittlere Unternehmen konzentrieren sich auf das Tagesgeschäft. So bleibt nur wenig Zeit, sich mit Strategiefragen und Finanzierungsthemen zu befassen.

Beides ist heute nicht nur Voraussetzung für erfolgreiche Finanzierungsgespräche, sondern auch Grundlage für den langfristigen Unternehmenserfolg. Oft bietet sich daher an, Beratungskompetenz von außen zu nutzen.

Unternehmens- und Steuerberater oder auch Weiterbildungseinrichtungen im Managementbereich bieten ein breites Spektrum an Beratungs- und Fortbildungsleistungen. Die privaten Banken stehen für ihre Kunden ebenfalls mit einem vielfältigen Angebot an Beratungsleistungen bereit.