

Die Kreditinstitute umwerben mittelständische Unternehmen. Doch wegen der US-Hypothekenkrise könnte es schwieriger werden, eine Finanzierung zu erhalten. Bei der Suche nach einer Hausbank gilt es daher, einiges zu beachten.



#### KREDITINSTITUTE

## Clever Banking

Bis jetzt mussten deutsche Kreditinstitute wegen der sogenannten Subprime-Krise knapp drei Milliarden Euro abschreiben. Und da Banken, wie Finanzexperten schätzen, für jeden abgeschriebenen Euro zehn Euro zurückhalten, könnte dies theoretisch bedeuten, dass 2008 30 Milliarden Euro weniger an Krediten vergeben werden – Geld, das den kleinen und mittleren Unternehmen dann nicht mehr für Investitionskredite zur Verfügung stünde. Durch die Medien geistert bereits das hässliche Wort von der „Kreditklemme“.

„Für Kunden der Volksbanken und Raiffeisenbanken gibt es keine Kreditklemme“, betont dagegen Dr. Christopher Pleister, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). „Wir haben unsere Ratingverfahren nicht verändert und setzen unsere Liquidität weiterhin im Ge-

schäft mit unseren Kunden – und insbesondere dem deutschen Mittelstand – ein.“ Der Einlagenüberhang, insbesondere aus Spareinlagen, sei stabil.

Carl-Dietrich Sander, Unternehmensberater in Neuss, geht jedoch davon aus, dass alle Banken künftig bei der Kreditvergabe genauer hinschauen werden – was bedeute, „dass die Transparenz- und Dokumentationsanforderungen auch für Unternehmen mit einem guten Rating steigen werden.“ Kommunikation mit der Bank werde deshalb immer wichtiger, und aussagefähige Unterlagen – „Stichwort: Unternehmenskonzept“ – seien dabei unbedingt von Vorteil.

#### Die passende Hausbank

So sinnvoll es ist, nicht nur auf eine Bank zu setzen, so ratsam ist es auch, die Kreditrisikostategie und Ertragsstärke des jeweiligen Hauses

zu kennen. Banken, deren Gewinn- und Verlust-Rechnung schon immer „auf Kante genäht“ war, wie Sander es ausdrückt, werden künftig die Kreditvergabe eher restriktiver handhaben als solche, die „genug Fett auf den Rippen“ haben.

Doch Unternehmer, die im nächsten Jahr beabsichtigen, ihr Portfolio an Hausbanken neu zu sortieren, sollten noch etwas bedenken: Nicht jede Bank passt zu jedem Geschäft. „Ein wichtiges Kriterium ist in vielen Fällen die Vertrautheit der Bank mit der jeweiligen Branche“, erklärt Dr. Jürgen Kaack. Nach entsprechenden Erfahrungen zu fragen, so der Geschäftsführer der Unternehmensberatung STZ-Consulting Group weiter, kann die spätere Zusammenarbeit wesentlich erleichtern. Grundsätzlich sei bei der Auswahl der Hausbank die gleiche Sorgfalt anzuwenden, wie bei der Auswahl eines



Foto: Action Press

auch immer wieder, wie sehr sie sich gerade den mittelständischen Firmen verbunden fühlen. „Wir wollen auch weiterhin dem Konjunktur- und Innovationstreiber Mittelstand als Finanzierungspartner zur Verfügung stehen“, erklärt Detlev Hermann, Geschäftsleitung Corporate Banking bei der Dresdner Bank. „Unsere Kunden gestalten den Aufschwung – wir finanzieren ihn.“ 253.000 mittelständische Kunden betreut die Bank nach eigenen Angaben, fast jeder zweite Mittelständler sei heute Kunde des Konzerns, eine Milliarde neue Kredite sollen vergeben werden. „Gemeinsam mit der Allianz sind wir damit die Nummer eins des deutschen Mittelstandes.“

„Platz eins für die Commerzbank“, kontert das zweitgrößte deutsche Kreditinstitut, das 60.000 mittelständische Kunden mit einem Jahresumsatz ab 2,5 Millionen Euro berät – und verweist auf eine Umfrage unter den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft selbständiger Unternehmer (ASU). Außerdem habe man bereits 2004 als erste und einzige Bank in Deutschland eine Mittelstandsbank etabliert – mit eigenem Vorstandsressort. „Niedrige Eigenkapitalquoten oder ungünstiges Rating?“, ermutigt die Bank ihre Firmenkunden förmlich: „sind doch kein Hinderungsgrund, sondern im Gegenteil – geradezu eine Aufforderung zur verstärkten Zusammenarbeit.“

„Für mittelständische Unternehmen der Finanzpartner Nummer eins“ wirbt die Sparkassen-Finanzgruppe, die ihren Marktanteil bei Krediten an Unternehmen und

Selbstständige nach eigenen Angaben kontinuierlich ausgebaut hat – auf aktuell 43 Prozent. „Im ersten Halbjahr 2007 wurden die Darlehensauszahlungen der Sparkassen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zweistellig gesteigert“, betont ein Unternehmenssprecher. Und dieser Trend werde sich fortsetzen.

Die positive Grundstimmung kann nicht darüber hinwegtäuschen,

„Die Kommunikation mit der Bank wird immer wichtiger.“

Carl-Dietrich Sander  
Unternehmensberater



Lieferanten oder Kooperationspartnern. „Die kurzfristigen Konditionen für Geldanlage und Kredite sollten dabei nicht unbedingt im Vordergrund stehen“, betont Kaack.

Auch wenn die Unternehmensinvestitionen in 2008 „auf einen spürbar flacheren Wachstumspfad einschwenken werden“, so Dr. Norbert Irsch, Chefvolkswirt der KfW Bankengruppe, so bleiben gut aufgestellte mittelständische Unternehmen als lukrative Zielgruppe auch weiterhin im Visier der bundesdeutschen Kreditwirtschaft. Schließlich haben kleine und mittlere Unternehmen zuletzt 2006 insgesamt 193 Milliarden Euro investiert.

### Potente Kundschaft

Deshalb beteuern Privatbanken, Sparkassen, Genossenschaftsbanken, die staatliche Förderbank KfW und die diversen Landesförderbanken

Problem „made in USA“: Die Hypothekenkrise verunsichert auch die deutschen Banken.



Foto: Corbis

dass kleine, innovative Unternehmen dem KfW-Mittelstandspanel zufolge „nach wie vor große Probleme“ haben, einen Bankkredit zu erhalten – sei es für eine Existenzgründung, den Einstieg bei einem Kooperationspartner oder die Investition in neue Maschinen, Anlagen oder Bauten.

Für alle, die wissen möchten, wie gut ihr Unternehmen tatsächlich aufgestellt ist, hat die Commerzbank den „rating.indicator“ entwickelt, ein Analyse-Tool, das online „eine schnelle und unverbindliche Indikation Ihres Jahresabschlussratings“ erstellt – anonym und kostenlos.

Gerd F. Michelis <