

MFB News – Juni 2009

Bankengespräche erfolgreich führen

Betreuen Sie Ihre Bank wie einen Key Account

In Phasen wirtschaftlicher Unsicherheit, tun sich auch gute Unternehmen schwer mit der Mittelbeschaffung. Während Produkte und Märkte im Fokus der Unternehmenslenker stehen, läuft die Finanzierung eher am Rande mit. Der Informationsbedarf der Banken wird als lästig und überflüssig empfunden. Erwartet werden schnelle und komplizierte Entscheidungen um kurzfristige Kreditzusagen. Zur besseren Verständigung braucht es mehr Wissen auf beiden Seiten und einen Übersetzer, damit der Dialog erfolgreich wird.

Der Banker im Konflikt

Die Entscheider auf Bankenseite sind verunsichert. Unternehmen, die eigentlich als unkritisch und positiv bewertet wurden, gelangen "plötzlich" in eine kritische Situation. Nur allzu oft hat das wenig mit der aktuellen Wirtschaftslage zu tun. Diese ist vielmehr nur der Auslöser dafür, dass gravierende Defizite bzw. die Versäumnisse der vergangenen Jahre zutage treten. Die Banker müssen sich fragen lassen, wie es passieren konnte, dass sie die Situation ihrer Kunden nicht rechtzeitig richtig eingeschätzt haben. Natürlich wurden auch in der Vergangenheit die Auflagen des Paragraphen 18 KWG erfüllt und die Unternehmer um die Vorlage von Unternehmensdaten gebeten. Dabei handelte es sich aber in der Regel um Vergangenheitswerte. Wenn Planwerte geliefert wurden, dann eher eine schematische Hochrechnung der Istzahlen als eine Einschätzung der auf dem Markt vorhandenen Möglichkeiten und auf die im Unternehmen vorhandenen Ressourcen abgestimmte, solide und nachvollziehbare Planung.

Dieses Defizit wurde häufig durch die Hereinnahme von Sicherheiten kompensiert. Inzwischen haben viele Banken feststellen müssen, dass diese Sicherheiten sich im Verwertungsfall häufig als ungeeignet erweisen, um die offenen Forderungen abzudecken. Die vorsichtige und kritische Haltung der Banken wird nur allzu oft als eine Verweigerung angesehen. Insbesondere der Mittelstand klagt darüber, dass ihm keine Finanzierung mehr zur Verfügung gestellt wird und dass dies letztlich die Ursache für das unternehmerische Aus darstellt. Dabei wird vielfach übersehen, dass gerade im Mittelstand viele Unternehmen völlig falsch finanziert und hoffnungslos überschuldet sind. Eine Situation, die nicht alleine den Banken anzulasten ist, sondern an der die Unternehmen selbst tüchtig mitgearbeitet haben - wenn auch, in vielen Fällen, in Unkenntnis.

Wie Banken funktionieren

Banken funktionieren wie Kunden. Hier reicht es nicht, den Gesprächspartner zu überzeugen. Vielmehr ist es notwendig, die Entscheiderstrukturen zu kennen und diese richtig zu bedienen. Es ergibt daher Sinn, dass Sie sich im Vorfeld genau informieren, wie Ihre Bank organisiert ist, wie die Entscheidungskompetenzen verteilt sind und wie der Entscheidungsprozess abläuft. Sie sollten zudem immer 2 bis 3 Banken haben, mit denen sie vertrauensvoll zusammenarbeiten. Wie alle anderen Unternehmen auch, spezialisieren sich Banken. Nutzen Sie dies, indem Sie die Kernkompetenzen der unterschiedlichen Banken als Entscheidungskriterium bei Ihrer Auswahl berücksichtigen.

Externe Berater können Sie bei der Beantwortung der Frage unterstützen, mit welchen Banken Sie am besten Ihre strategischen Ziele erreichen.

Was Unternehmen zu guten Kreditnehmern macht

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Banker Ihr Geschäft und Ihr Geschäftsmodell versteht. Stellen Sie sicher, dass er alle Voraussetzungen hat, damit er dieses seinen Kollegen und Vorgesetzten, die an der Entscheidungsfindung mitbeteiligt sind, richtig herüberbringen kann. Erläutern Sie konkret, wofür Sie die Mittel benötigen, wie Sie die aufgenommenen Kredite bedienen wollen, welche Chancen und Risiken Sie sehen, was Sie unternommen haben, um die Risiken auszuschalten, welche Besicherung Sie anbieten können und was diese wert ist.

Vergessen Sie auf keinen Fall zu transportieren, welchen Nutzen die Bank davon hat, wenn sie das Geschäft mit Ihnen macht.

Legen Sie Ihrer Bank einen fundierten Businessplan vor, in dem diese Punkte sauber ausgearbeitet sind. Ein guter Businessplan ist daran zu erkennen, dass er konkrete Maßnahmen und Aktivitäten aufzeigt, die dazu führen werden, dass die geplanten Werte in Ihrer Ergebnis- und Liquiditätsrechnung auch realisiert werden können.

Beschäftigen Sie sich mit den verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten genauso intensiv und sorgfältig, wie Sie das mit Ihren Kunden und Ihren Produkten tun.

Bereiten Sie sich sorgfältig auf Ihr Bankengespräch vor.

Das erfolgreiche Bankengespräch kann man trainieren - wie das professionelle Verkaufsgespräch.

MFB

Manage Future Business

Die Unternehmensberatung für Resultate

Sprechen Sie mit uns. Frau Monika Frick-Becker berät Sie gerne in einem unverbindlichen Gespräch. Ihre Telefonnummer lautet: 0611 / 3411712.

MFB Resultants – Wir schaffen Resultate.

Kontaktadresse:

MFB Resultants GmbH
Luisenplatz 1
65185 Wiesbaden

Telefon 0611 / 34 11 70
Fax 06 11/ 34 117 22
kontakt@mfresultants.com
www.mfresultants.com