

Wie man die Bank verführt

26.02.2007, 10:36 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Cashflow Consulting*

Presseagentur: *Maurice Morell*

Mittelständler müssen Ihre Einstellung gegenüber Banken radikal verändern - Fünf Grundregeln, wie man die Bank ins Boot holt

Kollmar/Hamburg, 26.02.2007 - Der Chef der Bankenaufsichtsbehörde BaFin, Jochen Sanio, bringt es auf den Punkt: Firmen, die nicht an ihrer Kreditwürdigkeit arbeiten, werde früher oder später der Geldhahn zugedreht (Quelle: DIE WELT). Bilanzen und BWAs reichen seit dem Inkrafttreten von Basel II nicht mehr aus, um das Kreditausfallrisiko transparent darzustellen. Mit aussagefähigen Bankunterlagen kann der Unternehmer nicht nur seine Kreditwürdigkeit darstellen, sondern erfahrungsgemäss seine Bonität um bis zu 25% verbessern. Hierfür gibt es bereits Dienstleister, die sich genau darauf spezialisiert haben.

Die „Neue Baseler Eigenkapitalverordnung“ (Basel II) bedeutet für die Bank, dass ohne individuelle und detaillierte Einschätzung des Kreditausfallrisikos, die bankinterne Refinanzierung teurer wird. Die Folge ist, dass eine Kreditvergabe an den Unternehmer zu einem Verlustgeschäft werden kann. Dieses ist der Hauptgrund für die Zurückhaltung der Banken bei der Kreditvergabe.

Berücksichtigt der Unternehmer vier Grundregeln in der Finanzkommunikation, entsteht eine Gewinn-Gewinn-Situation, die für beide Seiten erhebliche Vorteile bietet. Der Unternehmer erhält Kredite zu günstigeren Zinskonditionen und kann seine private Haftung reduzieren. Die Bank spart Kosten bei der Refinanzierung und Kreditbearbeitung ein. Der Aufwand für die Erstellung professioneller Bankunterlagen und Aufbau einer Finanzkommunikation wird mehrfach und bereits im ersten Jahr erwirtschaftet.

Die fünf Grundregeln in der neuen Finanzkommunikation:

1. Regel: Die Bank als guten Kunden behandeln

Die Bank ist Kunde des Unternehmers und kein Bittsteller. Als Kunde kann die Bank sich entscheiden, in welches Unternehmen sie investiert. Jeder Unternehmer sollte um die Bank werben, so wie er es auch mit anderen Kunden tut. Werben bedeutet, in die Kundenbeziehung zu investieren. Das bedeutet einen direkten Draht zur Bank aufzubauen, alle notwendigen Unterlagen ansprechend zu erstellen und durch Transparenz Vertrauen aufzubauen.

2. Regel: Eigenkapitalquote dokumentieren

Das Kreditausfallrisiko ist unmittelbar an die Eigenkapitalquote gekoppelt. Die Bank sieht dabei das private und betriebliche Eigenkapital als Gesamtheit. Die realistische Eigenkapitalquote geht aus den Bilanzen nicht hervor - vor allem, wie diese sich zukünftig entwickeln wird. Mit der aussagefähigen Dokumentation vergrößert der Unternehmer seinen Verhandlungsspielraum und reduziert dadurch seine private Haftung.

3. Regel: Liquiditätsentwicklung transparent aufzeigen

Die Bank möchte umfassend dokumentiert haben, wie sich die private und betriebliche Liquidität entwickelt, ohne ständig die Kreditlinien neu verhandeln zu müssen. Sie möchte über alle potentiellen Risikofaktoren im Bilde sein.

4. Regel: Einen exzellenten Geschäftsplan erstellen

Bilanzen und BWAs reichen nicht aus, um die zukünftige Unternehmensentwicklung einzuschätzen.

Ein Geschäftsplan, der textlich puritanisch aber dennoch durch Zahlen und Grafik sehr aussagekräftig ist, vermittelt Professionalität und erspart der Bank Arbeit.

5. Regel: Die Bankensicht verstehen

Der Unternehmer muss verstehen, dass die Bank gutes Geld mit ihm erwirtschaften möchte. Auch mit ihm möchte sie profitabel arbeiten können.

Fazit: Was der Unternehmer sät, wird er von der Bank ernten. Professionelle Finanzkommunikation kostet Zeit und Geld. Ein Unternehmer, der sich zukünftig nur noch auf Bilanzen und BWAs stützt, wird entweder nur noch Kredite auf Grund 80%iger Sicherheiten erhalten oder ohne Kredite auskommen müssen. Die Banken haben auf Grund von Basel II keinen Verhandlungsspielraum mehr, um auf aussagefähige Dokumentationen verzichten zu können.

Portrait

Über Cashflow Consulting:

Cashflow Consulting ist eine Unternehmensberatung, die mittelständische Unternehmen unterstützt, sich ihrer Bank als Premium-Kunde zu verkaufen. Wir bringen unsere Kunden in die Lage, ihre Eigenkapitalquote realistisch darzustellen und ihre Finanzkommunikation auf Vordermann zu bringen.

News-ID: 121923 • Views: 149 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/121923/Wie-man-die-Bank-verfuehrt.html>