

# Heimlichkeiten schaden dem Mittelstand

## Wer Kapitalgeber sucht, sollte sich einer professionellen Kommunikation bedienen

Vertrauen braucht Zeit, vor allem dann, wenn es ums Geld geht. Viele langjährige Geschäftsbeziehungen beruhen darauf. Doch wenn ein neues Geschäft generiert werden soll oder wenn Kapital aufgenommen wird, dann wollen die Geschäftspartner mehr als nur ein gutes Gefühl. Sie wollen Fakten, um ihr eigenes Geschäft abzusichern. In welchem konkreten Markt und Wettbewerb bewegt sich das Unternehmen? Welche Kundenbindungen hat es? Ist das Management wirklich qualifiziert? Wie sieht die Eigenkapitalquote aus, wie die Liquidität? Wie geht das Unternehmen mit Risiken um? Wie sind die unternehmerischen Perspektiven zu bewerten? Wie also sind die Zukunftsaussichten?

### Wer sein Geschäft ausbauen will, muss glaubwürdig sein

Was viele gerne wüssten, wird im Mittelstand oft verheimlicht. Denn über Geld und interne Unternehmensdaten redet man nicht. Das ist immer noch eines der ehernen Gesetze kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU). Finanzen, die Einschätzung von Markt und Wettbewerb sowie die potenziellen Risiken gehören bis heute zu den am besten gehüteten Geheimnissen. Doch was das eigene Unternehmen schützen soll, ist längst zu einem der größten Hindernisse für den wirtschaftlichen Fortschritt geworden. Denn wer neue Geschäftsbeziehungen in Deutschland, Europa und darüber hinaus aufbauen will, muss glaubwürdig sein. Und wer Kapital aufnehmen will, muss heute oft viel mehr als nur seine Bank überzeugen. Denn immer mehr Mittel kommen den KMU nicht über die Kreditinstitute, sondern zum Beispiel über Mittelstandsfonds, über Genussrechte, Aktien und andere Kapitalmarktinstrumente zugute.

### Privates Kapital entdeckt den Mittelstand

Seit der neuen Kapitalmarkttrichlinie Basel II ist der Mittelstand für viele Kreditinstitute unattraktiv geworden. Dafür haben große und kleine Privatinvestoren das Segment entdeckt. Was sie allerdings benötigen, das sind solide Anhaltspunkte für die Qualität der Unternehmen, in die sie investieren sollen.

Zum Beispiel Genussrechte: Sie sind für viele Unternehmen attraktiv, weil sie dem Eigenkapital zugerechnet werden können, weil sie keine Einmischung in die eigenen Geschäfte nach sich ziehen und weil sie dem Emittenten viel Gestaltungsspielraum lassen. So kann man vereinbaren, dass sie nur dann bedient werden, wenn das Unternehmen auch schwarze Zahlen schreibt. Das sichert Liquidität in schwierigen Zeiten. Für eine attraktive Rendite nehmen viele Investoren solche Risiken in Kauf – vorausgesetzt, sie können das emittierende Unternehmen richtig einschätzen.

### Ratings dokumentieren die Zukunftsaussichten

Ratings sind dazu der erste Schritt, denn sie schaffen Transparenz und Vertrauen. Damit helfen sie bei Gesprächen mit der Hausbank ebenso wie bei der Emission von Genussrechten oder der Beteiligung durch einen Mittelstandsfonds. Denn sie dokumentieren im besten Fall von unabhängiger Seite nicht nur die aktuelle Gesamtlage des Unternehmens, sondern auch seine Zukunftsperspektiven.

### Kapitalgeber wollen überzeugt werden

Fonds und Genussrechtsbeteiligungen sind sich in einem wesentlichen Punkt ähnlich: Hinter ihnen steht in vielen Fällen das Kapital vieler Kleinanleger. Und die wollen überzeugt werden – von den Argumenten im Emissionsprospekt oder von der Anlagestrategie des Fonds. Für viele mittelständische Unternehmen, die Kapital suchen, bedeutet das ein radikales Umdenken in der Kommunikationspolitik. Denn wenn das Kapital nicht mehr von der Bank kommt, die über die Rahmenbedingungen mit niemandem redet, wenn es stattdessen über den freien Kapitalmarkt akquiriert werden muss, dann ist professionelle Überzeugungsarbeit gefragt. Zunächst müssen potenzielle Investoren öffentlich auf das Unternehmen aufmerksam gemacht werden. Wer ein Rating vorweisen kann, hat eine gute Ausgangssituation. Aber erst, wenn die Ergebnisse des ersten und der in regelmäßigen Abständen folgenden Ratings zusammen mit weiteren Unternehmensinformationen eine breite Öffentlichkeit erreichen, vergrößern sich die Marktchancen am Kapitalmarkt. Auch



Der Firmensitz der Compass Communications GmbH

hier gilt: einem Namen, den man kennt und der sich durch klare und der Wahrheit entsprechende Kommunikation etabliert hat, nimmt man ab, dass er ein seriöser Partner ist. Ratings und ihre Veröffentlichungen bilden dabei ein zentrales Qualitätssiegel, an dem sich potenzielle Investoren orientieren.

### Offen kommunizieren, Wettbewerbsfähigkeit steigern

Die Wege in die Öffentlichkeit sind vielfältig. Pressemitteilungen, Gespräche mit Wirtschafts- und Fachjournalisten, Newsletter, Fallstudien, vielleicht eine Pressekonferenz zum Rating können die Informationen einer breiteren Schicht bekannt machen. Diese Rating Communications Services, wie sie die Rating Services AG in Kooperation mit der Compass Communications GmbH anbietet, treffen auf einen Zielmarkt, der gerade in Bewegung kommt. Denn die großen Tageszeitungen entdecken den Mittelstand derzeit neu als Zielgruppe. So hat das Handelsblatt inzwischen eine regelmäßige Mittelstandsbeilage,

die Financial Times Deutschland hat mit enable gerade ein neues Mittelstandsmagazin auf den Markt gebracht und die Süddeutsche Zeitung berichtet schon seit Monaten zum Beispiel in der Serie Außenseiter, Newcomer, Dynastien über die Erfolge mittelständischer Unternehmen. Wirtschaftswoche und Impulse bedienen dieses Segment ebenso wie – zumindest ab und zu – die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Das Interesse der Medien ist also grundsätzlich vorhanden. Mit einer an Argumenten ausgerichteten Finanz- und Unternehmenskommunikation können KMU die Aufmerksamkeit bei den wichtigsten Zielgruppen erhöhen. Sicher ist, dass bei potenziellen Auftraggebern wie bei potenziellen Investoren das Interesse an Aussagen über die Zukunftssicherheit groß ist. Konsequente Öffentlichkeitsarbeit steigert hier mittelfristig die Wettbewerbsfähigkeit der KMU im direkten Wettbewerb wie am Kapitalmarkt.

Von Dr. Perry Reisewitz, Geschäftsführer, Compass Communications GmbH, München ([www.compass-communications.de](http://www.compass-communications.de))