



PRODUCTION PARTNER

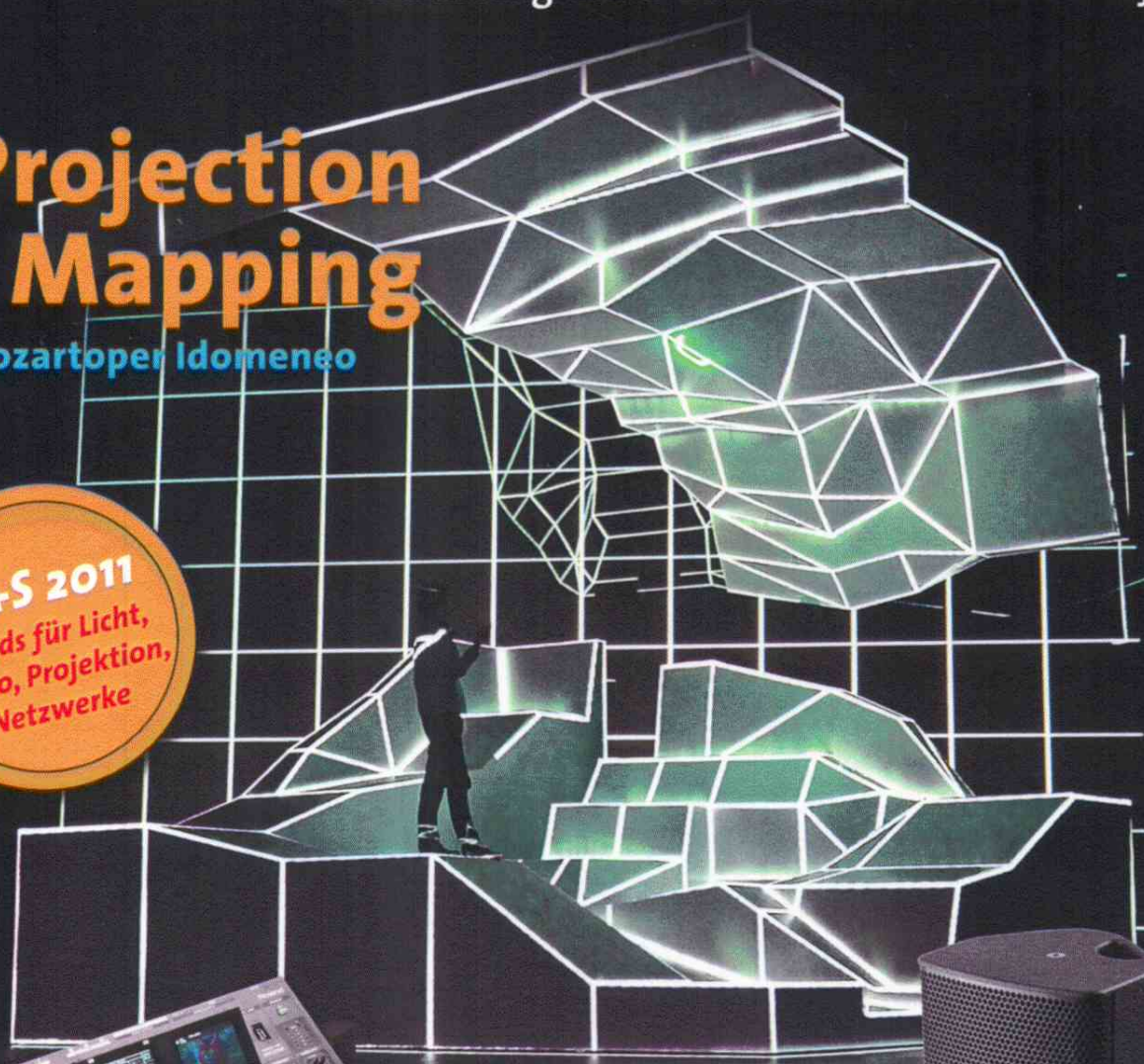
5/2011

Beschallung Licht Bühne Event-Technik Projektion

Projection Mapping

Mozartoper Idomeneo

PL+S 2011
Trends für Licht,
Audio, Projektion,
Netzwerke



Roland VR-5
AV-Mischer im Test



Test & Messungen
Kling & Freitag
GRAVIS 12

Technik Eurovision Song Contest 2011 Motoren & Kinetik



Großer Auftritt in eigener Sache

Erfolgreiche Bankgespräche in der Veranstaltungstechnik. Ein Beitrag von Andreas Münster

Die Wirtschaft erfreut sich nach der heftigsten Krise seit den 1930er-Jahren wieder eines schönen Aufschwungs. Die Auftragslage verbessert sich stetig und die allseits befürchtete Kreditklemme ist oberflächlich nicht eingetreten. Passend zu dieser positiven Stimmung steigt auch die Nachfrage nach Veranstaltungen und Installationen wieder an. Die Veranstaltungstechnik ist eine sehr materialintensive Branche. Dazu kommt, dass die Lebenszyklen der einzelnen Produkte sehr kurz sind. Die Hersteller bringen daher in recht kurzen Abständen Produktneuheiten oder Weiterentwicklungen auf den Markt. Geräte, die man vor ein oder zwei Jahren gekauft hat, sind heute vielfach schon wieder überholt. Ferner wird von deutschen Dry-Hire-Companys,

die europaweit tätig sind, aktuellste Technik verlangt, wenn sie bei renommierten (Groß-) Veranstaltungen berücksichtigt werden wollen.

Basel III

Um diesen technischen Entwicklungen und den damit verbundenen Kundenanforderungen standzuhalten, benötigen Unternehmen ausreichend Kapital. Muss dieses Kapital über eine Bankfinanzierung dargestellt werden, beginnen vielfach die Probleme: Zum einen fordern strukturiert und sachlich denkende Banker, vor allem seit der Insolvenz von „Lehman-Brothers“, belastbare und aussagefähige Informationen über das unternehmerische Geschäfts-

modell. Zum anderen geistert seit einiger Zeit der Begriff „Basel III“ durch die Presse. Mit dieser neuen Richtlinie der weltweiten Finanzaufsicht in Basel werden Kreditinstitute künftig noch stärker als bisher dazu angehalten sein, Kredit suchende Unternehmen auf ihre Bonität hin zu überprüfen und schlechte Risiken zu reduzieren. Denn nur so wird es ihnen gelingen, das den neuen gesetzlichen Anforderungen von Basel III entsprechende Eigenkapital in ausreichender Höhe vorhalten zu können. Dies bedeutet im Umkehrschluss für Unternehmer, dass sie den Banken zukünftig deutlich mehr Informationen über ihr Unternehmen liefern müssen. Auch das Thema Sicherheiten spielt eine immer größere Rolle. Können Unternehmer die erforder-

derlichen Informationen oder Sicherheiten nicht bereitstellen, droht ihnen die Ablehnung des Kreditantrages oder die Kündigung ausgelaufener Kredite. Der Brotkorb der Kreditvergabe hängt also zukünftig deutlich höher. Hinzu kommt, dass die Veranstaltungstechnik in einigen Bereichen eine gastronomienahe Branche ist, und somit aus Bankensicht zu den besonders risikobehafteten Branchen zählt.

Die Hürden für eine Finanzierung liegen somit deutlich höher. Was können nun Unternehmer aus dieser Branche nun tun? Ganz „einfach“: Sie müssen sich den höheren Anforderungen stellen. Um unternehmerischen Erfolg zu haben, bedarf es einer guten und klaren Strategie. Und genau diese sollten Unternehmer ihren Banken plausibel erläutern. Dies kann z. B. auch die Antwort auf die Frage sein, warum ein Unternehmen sich Line-Arrays oder Hornsysteme anschafft oder in ein neues digitales Audio- oder Lichtpult investiert.

Ganz wichtig sind auch Zahlen über den wirtschaftlichen Erfolg der letzten Jahre sowie die Planung der nächsten ein bis zwei Jahre. Damit branchenfremde Banker die Informationen richtig beurteilen, ist es erforderlich, auch die Entwicklung des jeweiligen Marktsegments und dessen Entwicklungstendenzen aufzuzeigen. Dazu gehören auch Informationen über die Mitbewerber. Unternehmer sollten ihren Banken somit zeigen, dass sie ein kompetenter Geschäftspartner auf Augenhöhe sind.

Rating

Denn alle diese Zahlen, Daten, Fakten fließen in ein von der Bank erstelltes Rating, das sich für viele Unternehmer immer noch als „Black box“ darstellt. Deshalb gilt: Technische Innovationen in Laser-, LED- oder Videotechnik oder bei Digitalpulten sowie Line-Arrays sind zweifelsohne hochinteressant. Unternehmer sollten sich jedoch auch für so „unterhaltsame und spannende“ Themen wie eben besagtem Rating (also der Einschätzung der Kreditwürdigkeit und des Ausfallrisikos eines Unternehmens) und die Stellschrauben die zu einer Verbesserung führen können, interessieren. Es besteht aus den Unternehmenszahlen der

Vergangenheit (positiv beurteilen Banken eine möglichst hohe Eigenkapitalquote und gute Jahresüberschüsse), den Zukunftsperspektiven (dargestellt anhand von Planzahlen) und den so genannten „Softfacts“. Diese kann der Unternehmer vielfach selber beeinflussen, z. B. wenn es um die Qualität des Controllings, die Abhängigkeit von Großkunden, Kenntnisse über den eigenen Markt oder die interne Unternehmensorganisation geht.

Wichtig: Softfacts

Über die beschriebenen „Softfacts“ können Unternehmer selber unmittelbaren Einfluss auf ihr Rating und damit auch die Höhe des Kreditzins nehmen. Der Kreditzins besteht nämlich neben einem fixen Teil (Kosten der Bank dafür, dass sie sich Geld selbst leihen muss sowie den Betriebskosten der Bank) auch aus einem variablen Teil. Dieser hängt ganz entscheidend vom Ausfallrisiko eines Kredites und damit dem Unternehmensrating ab. Je besser also z. B. die „Softfacts“ eines Unternehmens sind, desto besser wird das Rating bei der Bank und dementsprechend billiger der nächste Kredit.

Zur Vorbereitung aktuell anstehender Bankgespräche sollten Unternehmer von sich aus rechtzeitig den Jahresabschluss 2010 sowie die Zahlen des ersten Quartals 2011 bei ihrer Bank präsentieren und einen Ausblick auf das noch verbleibende Jahr geben. Dazu gehören auch Informationen über Investitionen, die kurz- oder mittelfristig geplant sind. Als äußerst hilfreich hat es sich in vielen Fällen erwiesen, wenn technisch hochversierte Unternehmer zur Vorbereitung von Bankgesprächen (oder zur Lösung von Konflikten mit Banken) einen erfahrenen Finanzierungsexperten oder Rating-Berater hinzuziehen, der auch die Sprache der Banken versteht und spricht. Dies ist weitsichtig und professionell, weil Unternehmer sich auch in steuerlichen oder rechtlichen Fragestellungen den Rat eines Experten einholen.

Die Veranstaltungsbranche lebt von der professionellen Inszenierung des Augenblicks und der Erschaffung von nachhaltigen Erlebnissen. Warum sollten Unterneh-

Der Autor

Andreas Münster, Diplom-Kaufmann und Unternehmensberater, ist seit über



15 Jahren sowohl als DJ in Clubs und bei Veranstaltungen als auch als Veranstaltungstechniker aktiv und verfügt über

hohes technisches Verständnis. Er betreut mittelständische Unternehmen in Fragen der Existenzgründung, Wachstumsfinanzierung sowie Unternehmensnachfolge und ganz speziell in Ratingthemen. Er ist selbstständiger Ratingberater und begleitet als freiberuflicher Mitarbeiter der bundesweit tätigen Beratungsgesellschaft Rainer Langen & Partner Mittelstandsfinanzierung vor allem Mandanten in Nordrhein-Westfalen und Hessen.

Bis 2009 war er Finanzanalyst namhafter Rating-Agenturen mit Spezialisierung auf private Banken und mittelständische Unternehmen. Dabei hat er u. a. sowohl mezzanine Finanzierungsprogramme begleitet als auch an Aufgabstellungen des Einlagensicherungsfonds im Rahmen der Finanzmarktkrise aktiv mitgearbeitet.

Von 2002 bis 2004 war Andreas Münster in unterschiedlichen Bereichen im Konzern der Deutsche Bank AG beschäftigt.

www.ratingberatung-muenster.de

mer ihr Verhältnis zur Bank und das nächste Bankgespräch nicht ähnlich sehen? Den „Applaus“ bekommt man dann bestimmt in Form günstiger Kredite und finanzieller Sicherheit.

♦ Autor: Andreas Münster
Fotos: Dieter Stork (1), Privat