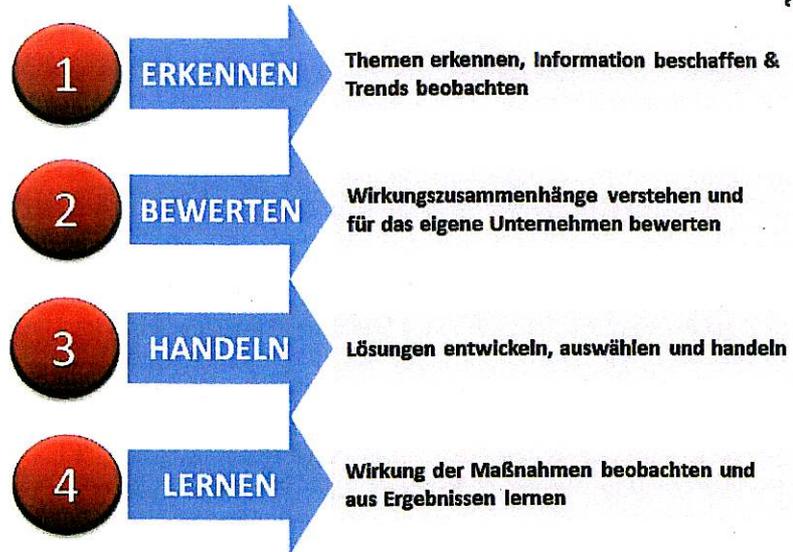


Unternehmenssicherung mit Krisenvorsorge: Planung, Information und Kommunikation

Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise hinterlässt ihre Spuren und verdeutlicht, dass die Krisenvorsorge bei einer nachhaltigen Unternehmenssicherung einen immer größeren Stellenwert einnimmt – und dies nicht nur, wenn es um Finanzierungsangelegenheiten geht. Es ist immer mehr das Gebot der Stunde, Unerwartetes zu erwarten und zu managen.

Mit offenen Augen durch die Unternehmerwelt



Um auch „fit“ für den zukünftigen Unternehmenserfolg zu sein, ist eine fundierte Krisenfrüherkennung anhand von Analysen durchzuführen und festgestellte Schwachstellen sind mit gezielten Maßnahmen zu beseitigen. Dabei entstehen Krisen in aller Regel über einen längeren Zeitraum – sie lassen sich sehr oft schon bis zu drei Jahre vor einem Ergebniseinbruch erkennen. Eine Krisenvorsorge besteht aus verschiedenen Bausteinen. So ist zwischen internem

Controlling und externer Kommunikation, insbesondere zu Kreditgebern, zu unterscheiden.

Interne Krisenvorsorge

Der Unternehmer muss – mehr denn je – jederzeit den Überblick über die aktuelle Unternehmenssituation haben. Dies fängt bei den Umsatz- und Ertrags(kenn)zahlen an und hört bei den Kenntnis über offene Verbindlichkeiten und Forderungen noch lange nicht auf.

Zur Vermeidung einer Krise bildet die grundsätzliche Strategie – im Sinne der Ausrichtung des Unternehmens – einen Kernpunkt. Darin ist schriftlich zu fixieren, welche Ziele das Unternehmen in 1,5 und auch in zehn Jahren erreichen will. Unternehmen können nur überleben, wenn die „Hausaufgaben“ gemacht werden – wie eben eine sorgfältige Planung. Ziele sind zu stecken und es ist nachhaltig strategisch zu überlegen, wie diese auch erreicht und umgesetzt werden können.

Sehr treffend brachte dies bereits der römische Philosoph Seneca auf den Punkt: „Wer den Hafen nicht kennt, in den er segeln will, für den ist kein Wind ein günstiger.“ Erst mit

Geschäftsplanung – Gefragt ist Zukunftsmanagement

Die natürliche Grenze der Früherkennung von Krisen ist die **UNVORHERSAGBARKEIT** der Zukunft.

Zielplanung 	Planbilanz Plan-G+V 	Finanzplan Liquiditätsplan 
Strategieplanung 	Rechnungswesen Controlling Transparenz bei Leistung und Kosten 	Vertriebs- und Umsatzplanung 
Maßnahmenplanung Aktivitätenliste 	Abweichungsanalysen 	Profitabilitätsanalyse Vor- und Nachkalkulation 

Es werden immer höhere Ansprüche an die Aussagekraft und Vertrauenswürdigkeit der Unternehmerberichterstattung gestellt.



diesem Überblick kann ein detaillierter Businessplan erstellt werden, der die Basis für ein nachhaltiges Controlling bildet. Sowohl Planung als auch Controlling können mit gängigen Hilfsmitteln, zum Beispiel über Excel-Sheets, gestaltet werden. Das regelmäßige interne Reporting beziehungsweise Teile davon können dann auch für die externe Kommunikation zum Beispiel für Banken eingesetzt werden. Oben finden Sie Beispiele für Frühwarnindikatoren.

Externe Kommunikation für Kreditgeber

Für ein optimales Ergebnis ist das Verständnis der Grundlagen des Bankverhaltens elementar. Bestimmt wird es maßgeblich durch die Vorschriften der MaRisk und noch Basel II

(Basel III ist im Vorlauf!), welche eine zentrale Bedeutung bei Kreditentscheidungen und der Behandlung des Unternehmens in der laufenden Betreuung haben. Sie spiegeln sich in den internen Kontrollsystemen der Banken wider, insbesondere in der klaren funktionellen Trennung der Bereiche „Markt“ (z. B. Firmenkundenberater) und der „Marktnachfolge“ (z. B. Risiko/Controllingabteilung der Bank). Kredite werden nur dann vergeben, wenn beide Bereiche ihre Zustimmung geben. Hier ist es entscheidend zu wissen, dass die „Marktnachfolge“ oft nur aufgrund einer Aktenlage entscheidet. Damit ist ein nachvollziehbares und vor allem unaufgefordert abzugebendes regelmäßiges Reporting über wichtige Unternehmensentwicklungen unabdingbar. Neben den Hardfacts, wie zeitnahe(!) betriebswirtschaftliche Auswertungen und Bilanzen gehören hierzu auch Informationen

über relevante Sonderfaktoren wie Risiken – natürlich mit Darstellung, wie diesen entgegengewirkt wird – und Chancen und wie diese genutzt werden sollten. Ein offensiver Umgang mit absehbaren Kontoüberziehungen sollte ebenfalls stattfinden – der Banker sollte keinesfalls „böse Überraschungen“ erleben.

Praktische Hilfe

Eine gute Beratung durch einen externen Coach, sei es über die verschiedenen Kammern, Vereinigungen und Einrichtungen wie etwa die IHK, die Wirtschaftsjuden, Steuer- oder Unternehmensberater, hat sich in der Praxis oft als hilfreich erwiesen. Dieser sieht das Unternehmen und dessen Situation objektiver, sodass einerseits Schwachstellen schneller erkannt werden und andererseits der Blick für notwendige Maßnahmen geschärft wird.

German Drechsler

Der Autor



German Drechsler ist seit 1994 geschäftsführender Gesellschafter der THINK Unternehmensentwicklungs GmbH (Mitglied im BDU) und Kopf der an vier Standorten vertretenen THINK-Gruppe mit Spezialisierung auf KMU. Er war 2006 Bundesvorsitzender der „Wirtschaftsjunioren Deutschland“ (WJD).

ANZEIGE

INDUSTRIEHALLEN | GEWERBEBAU
LAGERHALLEN | BÜROGEBÄUDE
PRODUKTIONSHALLEN

BAU 2013 – BESUCHEN SIE UNS.
 Halle B2 | Stand Nr. 300 | 14. – 19.01.2013 | München

ACHTUNG!
NEUE ADRESSE



SCHWEVERS & RAAB

SCHWEVERS & RAAB | Stahl - Hochbau GmbH
 Wöhrmannstraße 27 | 47546 Kalkar
 T +49 2824 97749-0 | F +49 2824 97749-32
 Mail Info@schwevers-raab.de | www.schwevers-raab.de