



Tipps für den Umgang mit Banken

| Cay von Fournier, Stephan Hoffmann

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahre erfordert für Dentallabore einen veränderten Umgang mit Banken. Dieser sollte vor allem von Offenheit, Sachlichkeit, frühzeitiger Information und Transparenz geprägt sein. Andererseits werden auch die Banken angesichts des zunehmenden Wettbewerbs um interessante Kunden eine neue Form der Partnerschaft anstreben und pflegen müssen.

In den letzten Jahrzehnten hat sich das Verhältnis zwischen Banken und Unternehmen grundlegend gewandelt. War die Situation in den 70er-Jahren noch von „Kreditbeantragung“ und „Kreditgewährung“ geprägt, so führten die Wachstumsstrategien der öffentlich-rechtlichen und privaten Banken zu einem zunehmenden Wettbewerbsdruck im Kampf um den gedeihenden Mittelstand. Kredite mussten nun „verkauft“ werden! Neben dem damit verbundenen – teils drastischen – Margenverfall wurde in vielen Fällen bei der Kreditvergabe eine Risikopolitik verfolgt, die leider der Wachstumsstrategie untergeordnet wurde. Volkswirtschaftlich gesehen kam es zu einer großen Vermögensvernichtung, auf die seitens der

Bankenaufsicht gesetzgeberisch mit der Einführung von Basel II reagiert wurde. Das Verhalten der Banken im Umgang mit diesem sicherlich sinnvollen Instrument der Risikovermeidung und -steuerung prägt seither auch das Verhältnis zwischen Dentallaboren und Kredit gewährenden Hausbanken.

Wie können Dentallabore ihr Verhältnis zu Banken verbessern?

Banken haben die Beurteilung ihrer Kunden verändert und die einzelnen Kriterien neu gewichtet. Die traditionelle Kreditprüfung stellte vor allem die Analyse des Jahresabschlusses in den Vordergrund und erfolgte damit sehr vergangenheitsbezogen. Doch immer schnellere technische Innovationen

und volatile Märkte führten dazu, dass sich inzwischen mindestens 40 bis 50 % der Bonitätseinschätzung eines Kunden mit seiner individuellen Zukunft beschäftigt. Für Dentallabore gilt es, folgende Fragen zu beantworten:

- Wie entwickelt sich die Branche insgesamt?
- Wie entwickeln sich Markt und Wettbewerb?
- Wo liegt die Unique Selling Proposition (USP) des Labors und wie kann diese gesichert werden?
- Passt die Eigenkapitalstruktur zur strategischen Entwicklung des Dentallabors?
- Gibt es im Rahmen eines Krisen- und Risikomanagements Notfallszenarien, die bereits konkret durchdacht