

PKF merkblatt



Finanzkommunikation im Mittelstand – Informationen adressatengerecht aufbereiten

Gestiegene Informations- und Kommunikationsanforderungen – sowie die Rahmenbedingungen aufgrund von Basel II/III – bedingen eine Anpassung und Veränderung der Finanzkommunikation im Mittelstand. Mittelständische Unternehmen müssen sich dieser Herausforderung, Finanzinformationen professionell aufzubereiten, stellen: Veränderte Marktentwicklungen erfordern ein Umdenken in der Informationspolitik.

Sicherung der finanziellen Freiheit

Die Verbesserung der Finanzkommunikation durch Erhöhung der Transparenz stellt ein Mittel zur Krisenprävention dar und ist ein grundlegendes Element zur Sicherung der (finanziellen) Freiheit des Unternehmens. Adressaten der mittelständischen Finanzkommunikation sind vordergründig Banken und Gesellschafter. Aber auch gegenüber Warenkreditversicherern, Einkaufsverbänden und Mitarbeitern kann in ggf. modifizierter Form von der Finanzkommunikation Gebrauch gemacht und eine Verbesserung der Zusammenarbeit erreicht werden. Im Detail umfasst eine adressatengerechte Aufbereitung vor allem auch qualitativer Informationskategorien folgende Aspekte:

Erwartungshaltung der Kapitalgeber

Ausgangspunkt für eine Aufbereitung der Informationen ist die aktive Gestaltung (d. h. „Interpretationshoheit“) sämtlicher Informationen über das Unternehmen und die

Geschäftsführung, die durch einen Kapitalgeber zu der Größe „Ausfallrisiko und Rendite“ verdichtet werden. Denn primäres Ziel der Finanzkommunikation ist es, ein Vertrauensverhältnis zu gegenwärtigen als auch zukünftigen Kapitalgebern (Eigen- oder Fremdkapital) auf- und auszubauen.

Maßstab der „richtigen“ Kommunikation muss daher die Erwartungshaltung und Sichtweise der Kapitalgeber sein. Die hierbei zentralen Fragestellungen lauten: „Welche Bedeutung haben die Informationen für den Kapitalgeber und wie werden diese Informationen von Seiten des Kapitalgebers genutzt?“

Fokus auf qualitative Informationen

Wesentliche Elemente einer professionellen Kommunikation sind neben den Finanzgrößen – d. h. den wichtigsten Informationen aus GuV, Bilanz, Anhang und Lagebericht – auch qualitative Informationen, die in der Finanzkommunikation mit Kapitalgebern für Transparenz und Vertrauen sorgen.

Nur unter Berücksichtigung der umfassenden Informationen, die über das Zahlenwerk hinausgehen, können Kapitalgeber das Unternehmen auch angemessen beurteilen. Dabei spielt neben den inhaltlich erweiterten Informationen insbesondere auch die Art der Aufbereitung und Präsentation eine wesentliche Rolle in der Kommunikation mit den Adressaten. So gibt ein speziell für das Bankengespräch vorbereiteter Vortrag – unterlegt mit einer ansprechend aufbereiteten Präsentation, die in Stichworten und Grafiken die wesentlichen Unternehmensinformationen in strukturierter Form festhält – dem Bankenpartner die Möglichkeit, sich im Gespräch auf die Inhalte zu konzentrieren und die eigenen Mitschriften zu reduzieren.

Transparenz schaffen

Zu den transparenzschaffenden qualitativen und quantitativen Informationen gehören z. B.:

- Übersicht über die Konzern-/Gesellschaftsstruktur wie auch den organisatorischen Aufbau des Unternehmens, bebilderte Präsentation der Unternehmensführung und ggf. des erweiterten Managements, Vorstellung der zentralen Unternehmenswerte und -kultur, Erläuterung der Unternehmensziele und der -perspektiven sowie der wesentlichen Elemente der Unternehmenssteuerung.
- Genaue Analyse und Beschreibung des Markts, z. B. anhand des Wachstumspotenzials, der Konkurrenzichte im Allgemeinen und der konkreten Beurteilung von Wettbewerbern, Vorstellung der Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Partizipation an zukünftigen Marktchancen.
- Darlegung der externen Chancen und Risiken der unternehmerischen Aktivitäten, die sich z. B. auf den Markt, die Branche, gesetzliche Rahmenbedingungen, die Lieferanten- und Kundenstruktur oder die Mitarbeiterstruktur beziehen.
- Vorlage einer Zukunfts- und Planungsrechnung, von Plan/Ist-Vergleichen und Abweichungsanalysen, Vorstellung von Produkt-/Prozessinnovationen.
- Vorstellung des Unternehmenskonzepts, dabei ebenso eingehend auf Umsatz- und Ertragssteigerungspotenziale wie auch auf Kostensenkungsmöglichkeiten.

Die Finanzkommunikation dient somit dem offenen Dialog zwischen Unternehmen und Kapitalgebern und stellt insoweit eine Investition in die Zukunft dar, die sich sowohl in guten wie auch in schlechten Wirtschaftslagen rentiert.

Wir unterstützen Sie:

Eine proaktive Herangehensweise an die Finanzkommunikation ist der erfolgversprechende Weg, eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Kapitalgebern zu festigen. Letztlich dient sie der Optimierung der Finanzierungsstruktur und leistet so einen erheblichen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Unterschätzen Sie dabei jedoch nicht den Zeitaspekt! Eine umfassende Finanzkommunikation benötigt ausreichend Vorbereitung.

Wir unterstützen Sie gerne bei der Erstellung aussagekräftiger und adressatengerecht aufbereiteter Finanzinformationen.

PKF Deutschland GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Jungfernstieg 7 | 20354 Hamburg | Tel. +49 40 35552-0 | Fax +49 (0) 40 355 52-222 | www.pkf.de

bis Herbst 2014: An der Alster 42 | 20099 Hamburg

Die Inhalte dieser PKF* Publikation können weder eine umfassende Darstellung der jeweiligen Problemstellungen sein noch den auf die Besonderheiten von Einzelfällen abgestimmten steuerlichen oder sonstigen fachlichen Rat ersetzen. Wir sind außerdem bestrebt sicherzustellen, dass die Inhalte der PKF Nachrichten dem aktuellen Rechtsstand entsprechen, weisen aber darauf hin, dass Änderungen der Gesetzgebung, der Rechtsprechung oder der Verwaltungsauffassung immer wieder auch kurzfristig eintreten können. Deshalb sollten Sie sich unbedingt individuell beraten lassen, bevor Sie konkrete Maßnahmen treffen oder unterlassen.

* PKF Deutschland GmbH ist ein Mitgliedsunternehmen des PKF International Limited Netzwerks und in Deutschland Mitglied eines Netzwerks von Wirtschaftsprüfern gemäß § 319 b HGB. Das Netzwerk besteht aus rechtlich unabhängigen Mitgliedsunternehmen. PKF Deutschland GmbH übernimmt keine Verantwortung oder Haftung für Handlungen oder Unterlassungen anderer Mitgliedsunternehmen. Die Angaben nach der Dienstleistungsinformationspflichten-Verordnung sind unter www.pkf.de einsehbar.