





© iStockphoto

Ein professionelles Auftreten ist beim Banktermin ein absolutes Muss.

Die schlechte Nachricht vorweg: Für Gastronomen und Hoteliers stehen die Chancen auf Bankkredite gemeinhin nicht gut. Das gilt sowohl für Existenzgründer als auch für Unternehmer, die bereits am Markt etabliert sind. Wer seinen Banker trotz alledem von seiner Kreditwürdigkeit überzeugen möchte, muss mehr mitbringen als nur eine gute Idee.

Der Banker und der Gastronom – traditionell ist das eine recht schwierige Beziehung. Zumindest, wenn es um die Vergabe eines Kredites geht. Die Kreditinstitute haben das Gastgewerbe längst als »Risikobranche« abgestempelt. Denn kaum eine andere Branche glänzt mit einer vergleichbar hohen Insolvenzquote. Und nirgendwo sonst versuchen so viele Quereinsteiger, ohne jede relevante Berufserfahrung ihr Glück. Zusammen lassen diese beiden Tatsachen Bankangestellte schon einmal vorsorglich ihren inneren Alarmknopf drücken. Sie schauen bei Kreditanträgen von Gastronomen und Hoteliers stets besonders genau hin. Wer überhaupt eine Chance haben will, die Bank von der eigenen Kreditwürdigkeit zu überzeugen, sollte das Projekt »Kredit« deshalb akribisch genau vorbereiten. »Generell gibt es von den Banken heute nur noch Geld, wenn ein Höchstmaß an monetären Sicherheiten, sprich Liquidität, vorhanden ist«, berichtet Frank Bartels aus seinem Erfahrungsschatz. Der Unternehmensberater ist spezialisiert auf Gastronomie, Hotellerie und

Gemeinschaftsverpfl egung und bietet auch Finanzierungsberatungen, beispielsweise für Existenzgründer, an.

Wer nichts hat, kriegt auch nichts

Unprofessionelles Auftreten und ein zu geringes Eigenkapital in der Tasche sind absolute No-Gos, wenn der Banktermin ansteht. »Das Eigenkapital sollte mindestens 20 Prozent, wenn nicht sogar 30 Prozent der benötigten Kreditsumme ausmachen. Je mehr, desto besser«, rät der Experte. Dazu hat der Antragsteller idealerweise auch noch zusätzliche Sicherheiten zu bieten – etwa in Form von Immobilien, Kontoguthaben, Wertpapieren Lebensversicherungen oder Sachwerten. Häufig reichen der Bank die Sicherheiten nicht aus – für diesen Fall schadet es auch nicht, zusätzlich noch Bürgen benennen zu können. »Die Banken sichern sich sehr gut ab, damit sie im Ernstfall ihr eigenes Risiko so gering wie möglich halten können.«

Der Auftritt als Unternehmer

Wer sich beim Banktermin nicht wie ein Unternehmer benimmt, dem wird der Bankberater diese Rolle auch nicht abkaufen. Er will eine »Unternehmerpersönlichkeit« kennenlernen, der man es zutraut, ein Geschäft zum Erfolg zu führen – und einen Kredit zurückzuzahlen. Dieser Tatsache sollte man sich schon lange vor dem eigentlichen Kreditvergabegespräch bewusst sein. Sorgfalt und Akribie sind dem-

entsprechend auch gefragt, wenn es zunächst darum geht, einen Businessplan zu erstellen. Im Kern enthält dieser eine mittelfristige Kosten-, Umsatz- und Ertragsvorschau. Wer hier betriebswirtschaftlich an seine Grenzen stößt, sollte sich unbedingt professionelle Unterstützung ins Boot holen, statt darauf zu hoffen, dass der Banker bei unvollständigen oder gar feh-

Je mehr Eigenkapital vorhanden ist, desto besser stehen die Chancen

lerhaften Unterlagen schon einmal ein Auge zudrücken wird. Wahrscheinlich ist: Er wird nicht. »Es reicht auf gar keinen Fall aus, seine Idee auf einem

Blatt zu skizzieren und dazu den Betrag, den man benötigt, zu notieren«, warnt Frank Bartels. »Leider kommt das in der Realität sehr oft vor. Da darf man sich nicht wundern, wenn die Bank nicht mitspielt.«

Rating als Entscheidungsgrundlage

Vor dem Kredit steht schließlich auch noch das sogenannte Rating. Es prognostiziert die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Unternehmen in Zukunft seinen Zahlungsverpflichtungen pünktlich und vollständig nachkommen wird. Zu diesem Zweck werden der Unternehmer, sein Unternehmen und die vorgelegten Zahlen, aber auch die Markt- und Branchensituation genauestens unter die Lupe genommen. Für mittlere und kleinere Betriebe erstellen in der Regel die Banken das Rating selbst (internes Rating). Große Unter-



Frank Bartels,
Unternehmens-
berater

nehmen nutzen häufig die Möglichkeit des externen Ratings durch eine anerkannte Ratingagentur. Das ist jedoch mit vergleichsweise hohen Kosten verbunden. Das Ergebnis des Ratings ist dabei noch nicht die Entscheidung über den Kredit. Diese ist in letzter Instanz ja auch noch an andere Kriterien gekoppelt, wie etwa Sicherheiten, Kreditvolumen oder den Verwendungszweck. Allerdings liefert die erreichte Note dem Bankberater eine objektive Entscheidungsgrundlage. Und sie hat Einfluss auf die Konditionen des Kredits. Wer seine Chancen auf einen Kredit erhöhen möchte, für den lohnt es sich auf jeden Fall sicherzustellen, dass das Rating nicht zum unerwarteten Hindernis wird. »Man sollte da sehr strategisch arbeiten und die Weichen möglichst früh stellen: also beispielsweise darauf achten, dass das Konto nicht überzogen wird, dass ich eine positive Schufa-Auskunft habe, ich in Wirtschaftsauskunftsdateien, wie z. B. bei der Creditreform, gut dastehe – und dass ich einen guten Draht zu meiner Bank habe«, erklärt Frank Bartels.



Frank Bartels,
Unternehmens-
berater

zu beantragen. Die öffentlichen Förderbanken halten für für sie nämlich besonders geeignete Kreditangebote bereit. Beispielsweise stellt die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW-Bank) interessante Kreditlinien, Beteiligungen und Zuschüsse zur Verfügung (einen Überblick über die Förderprodukte zum Gründen und Erweitern von Unternehmen bietet die Website www.kfw.de). So weit, so gut. Leider ist es jedoch in der Realität alles andere als leicht, ein gefördertes Darlehen zu bekommen. Auch hier sind die Ablehnungsquoten hoch. Außerdem hat die KfW-Bank keine Filialen, in die man als Privatkunde einfach hineinspazieren kann. Stattdessen muss der Gründer zu seiner Hausbank gehen. In Verbindung mit einem zuvor eingereichten Businessplan und unter Berücksichtigung einer positiven Einschätzung einer Hausbank fragt diese dann bei der KfW-Bank wegen eines Förderkredites an. Für die Hausbank bedeutet das: viel Arbeit, wenig Profit, da keine hauseigenen, sondern Fremdkredite bearbeitet und vermittelt werden. »Dementsprechend hoch ist oftmals schon die Motivation der Banken, sich um Förderkredite für Existenzgründer zu bemühen«, weiß Frank Bartels aus seinem Beratungsalltag. Für diesen Fall empfiehlt der Experte einen »Deal« mit der Bank: »Eventuell lässt sich die Bank darauf ein, den Kredit zu teilen, also beispielsweise die eine Hälfte über die Hausbank und die andere Hälfte über eine Förderbank laufen zu lassen.« In jedem Fall entscheidet die Bank darüber, ob sie einen Antrag an eine Förderbank weiterleitet – sie ist nicht verpflichtet dazu.

Man sollte strategisch arbeiten und die Weichen für ein gutes Rating früh stellen

Wer trotz aller Bemühungen die Voraussetzungen für einen Bankkredit nicht erfüllen kann, muss eine wirklich gute Idee noch nicht begraben. Sogenannte Business-Angels oder auch private Investoren können heutzutage gerade für Existenzgründer durchaus eine Alternative darstellen. Aber auch sie wollen überzeugt werden: von der Geschäftsidee als solches genauso wie von den zu erwartenden Wachstumsraten.

Förderkredite für Existenzgründer

Grundsätzlich gibt es für Existenzgründer auch die Möglichkeit, einen Förderkredit



Der Unternehmensberater Frank Bartels bietet u. a. Finanzierungsberatungen an.

Der Businessplan

Die vorliegende Ausarbeitung beinhaltet die acht wichtigsten inhaltlichen Elemente eines jeden Businessplans und orientiert sich an den Anforderungen der KfW-Bankengruppe und einiger Kreditinstitute. Hinsichtlich der einzelnen Themenuntergliederungen handelt es sich um einen möglichen Aufbau, der je nach den individuellen Erfordernissen an einigen Stellen durchaus auch vertieft werden sollte.

1. Geschäftsidee

2. Gründerprofil

- 2.1. Fachliche und persönliche Voraussetzungen
- 2.2. Branchenerfahrungen
- 2.3. ... (eigene weiterführende Untergliederungen)

3. Markteinschätzung

- 3.1. Marktpotenzial
- 3.2. Zielgruppe
- 3.3. ... (eigene weiterführende Untergliederungen)

4. Wettbewerbssituation

- 4.1. Konkurrentenanalyse
- 4.2. Stärken- und Schwächenanalyse
- 4.3. ... (eigene weiterführende Untergliederungen)

5. Standort

6. Unternehmensorganisations- und Personalmanagement

- 6.1. Rechtsformwahl
- 6.2. Aufgabenorganisation (Organigramm)
- 6.3. Ablauforganisation
- 6.4. Personalstruktur

7. Risikoanalyse

8. Finanzwirtschaftliche Planungen

- 8.1. Kapitalbedarfsplanung
- 8.2. Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
- 8.3. Liquiditätsplan

Quelle: IHK München und Oberbayern

***Alle Preise inkl. 19% MwSt.
zzgl. Versandkosten**



**39,99*
Euro**

Blazerjacke
Männl.



**42,99*
Euro**

Blazerjacke
Männl.



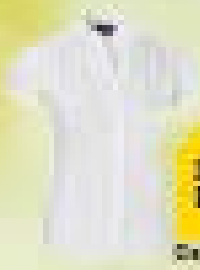
**22,00*
Euro**

Blazerjacke
Männl.



**52,99*
Euro**

Blazerjacke
Männl.



**35,99*
Euro**

Chemise
Männl.



**70,00*
Euro**

Blazerjacke
Männl.



**18,00*
Euro**

Chemise
Männl.



**179,99*
Euro**

Dress
Frau



**30,00*
Euro**

Chemise
Männl.



**29,99*
Euro**

Rock
Frau



**36,00*
Euro**

Kochjacke
Gino

**Der Online-Shop für
Hotel und Gastronomie
Berufsbekleidung & Fachbücher**