

Mittelständler ohne Lobby?

Eine große deutsche Sonntagszeitung meldet in ihrer Ausgabe vom 7. April, dass alle 15 Minuten in Deutschland ein Mittelständler Pleite macht. Eine alarmierende Zahl, wenn man bedenkt, dass dadurch, statistisch gesehen, 1500 Arbeitsplätze vernichtet werden. Der Unterschied zwischen Mittelständler und Großunternehmen besteht allerdings darin, dass sich immer dann die „hohe Politik“ einmischt, wenn ein Großkonzern in wirtschaftliche Schwierigkeiten gerät, der „Kleine“ dagegen keine Lobby hat.

Vor diesem Hintergrund ist es für einen mittelständischen Unternehmer besonders wichtig, Vorsorge für etwaige Krisensituationen zu treffen. Dazu gehöre unter anderem eine klare Unternehmensstrategie, eine permanente wirtschaftliche Lagebestim-

Dipl.-Betriebswirt (FH) Ludwig Roith arbeitet als Unternehmensberater in 91180 Heideck, www.roith-consult.de

mung sowie die regelmäßige Kontaktpflege mit Anteilseignern und Kreditgebern.

Einen positiven Beitrag zur Unterstützung des mittelständischen Unternehmers bei seiner Darstellung nach außen kann ferner das Rating leisten. Durch eine unabhängige Rating-Agentur werden ihm die Schwächen vor Augen geführt, so dass geeignete Maßnahmen eingeleitet kann, bevor Gläubiger eine Krise hervorrufen. Aber auch Stärken, die bisher nicht evident geworden sind, bringt ein solches Rating ans Tageslicht. Der Unternehmer gewinnt mit dem Advisor, der ihn während des Ratingprozesses begleitet, einen kompetenten Partner, der in der Lage ist, die betriebswirtschaftlichen Aspekte neutral zu beurteilen und motivierend die bevorstehenden Entscheidungen zu beeinflussen. In ihm haben Mittelständler fürwahr eine Lobby.