

# Transparenz schafft Vertrauen



VON  
**DR. ANDREAS MATTIG**

**D**ie Finanz- und Wirtschaftskrise ist nicht an allem schuld. Um erfolgreich zu sein, muss man zunächst im eigenen Unternehmen bezüglich Finanzen und Risiken Transparenz schaffen. Nur so lässt sich das Vertrauen der Banken, Kunden und Lieferanten in die Firma gewinnen und stärken.

Nach jahrelangem Wachstum war die globale Finanz- und Wirtschaftskrise für Unternehmen in Südosteuropa eine schmerzliche Zäsur. Sie kam unerwartet, denn die Voraussetzungen hatten sich in den meisten Ländern kaum verschlechtert. Nach wie vor besteht im Südosten Europas grosses Aufhol- und Wachstumspotenzial. Die Infrastruktur wurde ausgebaut, was den Anschluss an internationale Arbeitsteilungsprozesse erleichtert und verbessert.

Trotzdem brachen Aufträge aus dem «Westen» weg. Firmen, die sich vor Arbeit kaum retten konnten, haben plötzlich Probleme bei der Kapitalbeschaffung. Viele Banken treten auf die Kreditbremse und bewerten bestehende Positionen trotz steigendem Anpassungsbedarf (zu) zögerlich.

Eine Ursache für diese Veränderungen ist sicher der weltweite Nachfragerückgang. Doch greift dieses Argument zu kurz, denn es lenkt von hausgemachten Problemen ab.

In der Krise sind internationale Risikoauflagen gestiegen – für intransparente Nachfrager sogar um ein Mehrfaches. Produkte, Firmen und Länder, die sich nur schwer einschätzen lassen und darum als risikoreich gelten, sind überproportional stark betroffen.

Als medialer «Höhepunkt» wurde diese Unsicherheit am Beispiel Griechenlands vorexerziert. Spekulationsvorwürfe allein verfehlen den Kern, denn die Griechen haben die Transparenz in ihrer wirtschaftlichen Berichterstattung jahrelang schlicht sträflich vernachlässigt!

Der Mangel an Transparenz wirkte zuerst nach innen: Probleme wurden verkannt, nicht benannt, darum ignoriert und nicht angegangen. Folglich fehlte

die Transparenz nach außen: Warum auch, wenn die Investitionen ohnehin fliessen? Dies ist kein spezifisch griechisches Problem. Im Gegenteil, je kleiner die Wirtschaftseinheit, desto schwieriger ist es, sich im Inneren über Risiken und Schwierigkeiten klar zu werden, sowie Qualität und Glaubwürdigkeit nach außen zu signalisieren. Dieses «Außen» bezieht sich auf Banken, Kunden und Lieferanten. Letztere müssen sicher sein können, dass ihr Partner beim Liefertermin noch im Geschäft ist!

In Krisenzeiten steigt der Kostendruck – überall wird gespart. Darum ist es erfolgsentscheidend, seine eigenen Finanzen und Risiken im Griff zu haben, so Transparenz zu schaffen und aktiv zu kommunizieren. Fazit: Es braucht ein starkes Managementinformationssystem und ein systematisches Riskmanagement.

## KONTAKT

**Mattig Management Partners**

**Dr. Andreas Mattig**

**President of the Board**

andreas.mattig@mattig-management.ch  
www.mattig-management.ch



Unternehmen, die ihre Finanzen und Risiken transparent managen und nach außen aktiv kommunizieren, sind – auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten – erfolgreicher als intransparente Betriebe.