

Kommunikation mit Banken: Das Heim ins rechte Licht rücken

Für jedes Heim, das einen Kredit zur Finanzierung von Investitionen bei Banken beantragt, ist sein Rating ein entscheidendes Bewertungsmerkmal. Damit beurteilen die Institute den Heimträger oder Investor, ob er die Schulden in angemessener Zeit zurückzahlen kann. Ein gutes Rating erhöht sein Kreditlimit und vermindert seine Kreditkosten, ein schlechtes vermindert seine Kreditsumme und kostet ihn Zinsaufschläge.

Die Regeln dazu festgelegt hat die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) in ihren „Mindestanforderungen an das Kreditgeschäft“, die seit Januar 2008 greifen, weiß Fritz Halmburger. Unter dem Stichwort „Basel II“ hatten sich zuvor alle EU-Länder darauf verständigt, Rating als offizielles Instrument zur Beurteilung aller Schuldner einzuführen, so der öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige für Wirtschaftlichkeitsermittlung des Betriebs von Alten- und Pflegeheimen.

Die Ausfallwahrscheinlichkeit der Kreditrückzahlung bemisst, wie gut oder schlecht ein Heimträger oder Investor beim Rating abschneidet. Je niedriger sie ist, desto besser ist sein Rating. So bewertet etwa die Ratingagentur Standard + Poor beste Unternehmen mit dem international gültigen Kürzel AAA, schlechteste mit D. Zur Orientierung: Selbst beste Heime erreichen höchstens ein qualitatives Rating von BBB-.

Sie erfüllen damit im Schnitt 70 Prozent der Anforderungen in elf Bewertungskategorien.

Im Gesamturteil sind die Qualität der Unternehmensführung sowie Kontodaten

und Finanzpolitik mit jeweils gut 20 Prozent am wichtigsten, gefolgt von Produkt und Branche, Marktbearbeitung, Einkauf und im Falle des Heims die Dienstleistung sowie Informationspolitik und Unternehmensplanung mit je 10,2 Prozent Bewertungsgewicht (siehe Tabelle).

In Deutschland haben die Kreditinstitute eigene Messskalen. Die Sparkassen vergeben die Noten von 1 (sehr positiv) bis 18 (sehr negativ), die Volks- und Raiffeisenbanken von 0a (bestens) bis 4e (sehr schlecht).

Sozialimmobilien werden von den Banken als eher problematisch angesehen. Grund: Durch ihre Gebäudestruktur und vertragliche Bindungen etwa an Kommunen, gegen günstige Grundstücksüberlassung einen langfristigen Heimbetrieb sicherzustellen, sind sie schwer für andere als zum Beispiel Heimzwecke nutzbar.

Grundsätzlich erfasst das Rating quantitative Daten zu Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Vermögenswerten und betriebswirtschaftlichen Kenngrößen sowie qualitative Daten zur Betriebsführung, Planung, Markt, Personalentwicklung, Konzept, Informationsfluss etc.

Beim Rating der Banken werden oft nur Teilbereiche durchleuchtet, insbesondere die wirtschaftlichen Eckdaten und Kennzahlen. Dabei bleiben gerade die genannten qualitativen Aspekte verborgen. Heimträgern und Investoren bietet sich hier eine

		Bewertung	Gewichtung
Produkte und Branche		70 Punkte	10,20 %
Marktdynamik		70 Punkte	3,06 %
Strategie		70 Punkte	4,08 %
Unternehmensführung		75 Punkte	20,41 %
Personalpolitik		70 Punkte	3,06 %
Organisation und Prozesse		70 Punkte	8,16 %
Forschung und Entwicklung		70 Punkte	2,04 %
Einkauf, Lager, Produktion, Marktbearbeitung		70 Punkte	10,20 %
Informationspolitik und Unternehmensplanung		70 Punkte	10,20 %
Controlling und Risikosteuerung		70 Punkte	8,16 %
Kontodaten / Finanzpolitik			

Chance: Durch gute und offensive Darstellung auch ihrer qualitativen Vorzüge etwa in der Unternehmensstrategie, Personalentwicklung, Werbestrategie sowie Kundenakquise und -bindung können sie ihr Rating verbessern. Motto: Tue Gutes und sprich darüber. Einige Beispiele:

- Machen Sie deutlich, dass Sie über aktuelle Zahlen verfügen und diese auch anzuwenden wissen.
 - Sehen Sie die Bank als Partner, den es mindestens einmal jährlich aufzusuchen lohnt, und deren Rat, nicht nur deren Kredit gefragt ist.
 - Der Hinweis, dass rund 80 Prozent Ihrer Einnahmen aus Pflegekassen bzw. von Sozialbehörden kommen und damit absolut sicher sind, bringt Pluspunkte.
 - Eine hohe Verweildauer der Heimbewohner, ein Freundeskreis, öffentliche Feierlichkeiten, positive Zeitungsberichte etc. lassen Ihre Einrichtung positiver erscheinen als blanke Zahlen.
 - Wie heben Sie sich gegenüber dem Wettbewerb ab und stellen es heraus? Worin sind Sie besser? Warum kommen Kunden gerade zu Ihnen? Wie verkaufen Sie Ihre Dienstleistung?
 - Erläutern Sie der Bank Ihre Leistungs- und Qualitätsvereinbarung (LQV) und Ihre Unternehmens- und Pflegeleitbilder.
 - Zeigen Sie Ihre Personalstrategie samt Fortbildungen für Mitarbeitende auf.
 - Auch der Hinweis auf gute externe Berater macht Sinn, denn Sie nutzen die für eine Sache bestgeeigneten Kräfte und setzen nicht Ihre wertvollen eigenen Zeit- und Arbeitsressourcen ein, um ein bestmögliches Ergebnis zu erzielen.
 - Verfügen Sie über ein systematisches Qualitätsmanagement, sind nach DIN EN ISO 9001:2008 oder dem Verfahren KTQ „Kooperation für Transparenz und Qualität im Gesundheitswesen“ zertifiziert, um so besser. Berichten Sie darüber. Damit zeigen Sie der Bank, dass Ihnen an der kontinuierlichen Verbesserung der im Rating zählenden qualitativen Aspekte interessiert sind und die Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität stetig im Auge haben.
- Nähere Informationen: Fritz Halmburger. www.fritz.halmburger.de

Uwe Lötzerich,
UL Fachredaktion Gesundheit + Pflege