

Von Honigbienen und Heuschrecken

Die Private Equity-Branche sollte aktiv an ihrem Image arbeiten



Während sich Private Equity in Deutschland zunehmend etabliert und der volkswirtschaftliche Nutzen dieses Geschäftsmodells zwischenzeitlich durch beeindruckende Beispiele und Statistiken belegt werden kann, ist das Bild der Investorenunft in der Öffentlichkeit immer noch durch eine überwiegend negative Wahrnehmung geprägt. Woher kommt dieser Argwohn und wie kann ihm begegnet werden?

Banken dominieren

Zunächst ist festzustellen, dass es sich bei Private Equity in Deutschland noch um einen sehr jungen Markt handelt. Faktisch wurde nämlich hierzulande bis weit in die 90er-Jahre fast jeder Kapitalbedarf aus der Hand der Banken bedient. Im Gegensatz zu anderen, insbesondere angloamerikanischen Ländern bot der deutsche Bankensektor langfristiges Kapital zu festen Konditionen für fast alle Verwendungszwecke. So mag es nicht verwundern, dass das Produkt Eigenkapital lange Zeit bei uns einfach nicht nachgefragt wurde, wenn es doch so viel leichter war, über die guten Kontakte zur Hausbank durch eine klassische Langfrist-Fremdfinanzierung alle Kapitalbedürfnisse gestillt zu bekommen.

Magere Eigenkapitalausstattung

In der Folge führte dies allerdings dazu, dass insbesondere der deutsche Mittelstand im internationalen Vergleich mit Abstand die geringsten Eigenkapitalquoten aufwies und sich dadurch extrem anfällig für Krisen machte. Denn die vorhandene Substanz reichte nicht ansatzweise dafür aus, mit genügend Atem nach neuen Wegen und Lösungen zu suchen. Genau dies hat den deutschen Mittelständler dann auch mit dem Aufkommen der erhöhten Bonitätsanforderungen (im Wesentlichen in Zusammenhang mit Basel II) und der hiermit eingetretenen Kehrtwende der Banken bei der Gewährung von Unternehmenskrediten kalt und massiv erwischt. So kam es, dass Unternehmer und Manager plötzlich eine

ziemlich dicke Nuss zu knacken hatten, da ein gutes Rating eine stabile Eigenkapitalquote erforderte. Erst damit wurde letztlich der Markt für Private Equity in Deutschland geöffnet.

Börsen-Hype mit Nachgeschmack

Zu dieser Zeit entstand im Sog des Neuen Marktes und des Internet-Hypes eine regelrechte Goldgräberstimmung, in deren Folge eine Vielzahl von Eigenkapitalanbietern auf dem Markt erschien. Wenngleich es sich hier vorwiegend um Frühphaseninvestoren, also Venture Capital-Gesellschaften handelte, war das Thema Private Equity schnell in aller Munde, und Lieschen Müller erlebte staunend, wie sich kleine Investments innerhalb von wenigen Monaten vervielfachten und nur ein paar weitere Monate später das ehemals gefeierte Start-up an den Insolvenzverwalter übergeben wurde. Gerade bei so manchem vermeintlich todsicheren Börsengang war es eben genau Lieschen, die alles verlor, während der eine oder andere Investor bereits im Zuge des IPO ordentlich Rendite realisiert hatte. Dass diese Entwicklung, die letztlich in einem Zusammenbruch des Neuen Marktes endete, ganz wesentlich auf die Gier aller Anleger und nicht auf einzelne institutionelle Investoren zurückzuführen ist, mag für Lieschen Müller indes ein nur sehr schwacher Trost sein. Was aus dieser hysterischen Zeit allerdings übrig blieb, ist der bis heute schale Nachgeschmack von Abzocke und dicker Lippe, wenn man an Private Equity denkt.

Erfolg überzeugt nur bedingt

Insofern hatte das Thema Private Equity in Deutschland einen nicht gerade glücklichen Start, und auch im Laufe der letzten zehn Jahre wurde der Ruf von Private Equity immer wieder anhand des einen oder anderen Schreckensbeispiels pointiert durch den Kakao gezogen. Dass sich die Branche inzwischen jedoch längst bereinigt und etabliert

hat sowie deutlich mehr an Transparenz, Erfolgen sowie weit über eine Million Arbeitsplätze für unser Land aufzeigen kann, hindert insbesondere die Stimmungsmacher aus Politik und Medien auch heute nicht daran, die Vertreter der PE-Industrie nach wie vor in die Ecke der Goldkettenträger und Eintreiber zu stellen.

Fazit:

Argwohn und schlechter Presse ist nur durch eine nachhaltige und offene Kommunikation zu begegnen. Wenn gleich dies in den letzten Jahren nicht zur Paradedisziplin der Beteiligungshäuser gehörte, hat die Branche hier deutlich dazugelernt. Umso mehr ist daher zu begrüßen, dass das Thema Öffentlichkeitsarbeit auf breiter Front als wichtiges To Do erkannt wurde und in vielen Investmentgesellschaften dafür entsprechende Stellen geschaffen worden sind. Wir werden den Wandel hin zum Bild der viel zitierten fleißigen Honigbiene sicher nicht von heute auf morgen bewerkstelligen, aber auch hier höhlt der stete Tropfen den Stein. Die Aufgabe an die Private Equity-

Branche ist damit klar formuliert: „Tue Gutes und sprich darüber!“ ■

Zum Autor



Wolfgang Lubert ist Vorstandsvorsitzender des Private Equity Forum NRW e.V. (PEF), des Netzwerks für Venture Capital und Private Equity in Nordrhein-Westfalen. Getragen wird das PEF von rund 45 eng mit der Branche verbundenen Mitgliedern (PE-Fonds, Banken, Beratungs- sowie M&A-Häusern). Ziel ist es, Bedeutung und Bekanntheitsgrad von Private Equity durch entsprechende Öffentlichkeitsarbeit zu verstärken.

Anzeige

M&A REVIEW – das Einführungsangebot!

Nur bis 30.9.!

Ihre Vorteile:



- ◆ **Sonderpreis** im ersten Jahr (284 Euro statt 426 Euro)
- ◆ **Gratis dazu (!):** das Werk „Mergers & Acquisitions – Analysen, Trends & Best Practices“ (Hrsg. Günter Müller-Stewens/Sven Kunisch/Andreas Binder; Schäffer Poeschel Verlag, Hardcover, 739 S., Okt. 2010)  **im Wert von 79,95 Euro**
- ◆ **20 % Rabatt** auf die Teilnahmegebühr beim **2. St. Galler Corporate Management Forum** am 9. September 2011 sowie generell
- ◆ **freien Zugang zum Online-Archiv** der M&A Review mit allen veröffentlichten Artikeln seit 1990

12 Monate lesen – 8 Monate bezahlen!

Beziehen Sie jetzt die führende Fachzeitschrift für M&A Professionals im deutschsprachigen Raum im ersten Jahr für 284 Euro (statt 426 Euro) zzgl. Versand!

Fragen zum Abonnement: Denise Hoser, Tel. +49 (0) 89 - 2000 339-30

ABONNEMENT

Ja, ich möchte die M&A REVIEW gerne zum Einführungsangebot im ersten Jahr für 284 Euro (statt 426 Euro) inkl. MwSt., zzgl. 12,00 Euro Versand Inland/ 16,80 Euro Ausland bestellen. Zudem erhalte ich alle links aufgeführten mit dem Einführungsangebot verbundenen Vorteile. Nach Ablauf des Jahres beziehe ich das Jahresabonnement zum regulären Preis von 426 Euro (inkl. MwSt., zzgl. 12,00 Euro Versand Inland/ 16,80 Euro Ausland). Andernfalls kündige ich das Abonnement 21 Tage vor Ende des Bezugsjahres.

Name, Vorname:

Postfach/Straße:

PLZ, Ort:

Telefon: Fax:

eMail-Adresse:

Ort und Datum: 1. Unterschrift:

Widerrufgarantie: Dieser Auftrag kann binnen zwei Wochen widerrufen werden. Rechtzeitiges Absenden genügt.

Ort und Datum: 2. Unterschrift:

NRW 2011

Coupon bitte einsenden an:
 GoingPublic Media AG · M&A REVIEW · Hofmannstr. 7a · 81379 München
 Telefon: 089-2000 339-0 · Fax-Order: 089-2000 339-39
 oder online unter www.ma-review.de/abonnement