

VERHANDLUNGSFÜHRUNG

Wirtschaftsmediation in der Finanzwirtschaft

Dr. Claudia Conen, Andreas Ruf MRICS

Es lohnt, bei Konflikten nicht gleich vor Gericht zu ziehen. Mitgestaltung bei der Konfliktlösung, Erhalt der Geschäftsbeziehungen, Reduzierung von Transaktions- und Verfahrenskosten, Vermeidung langfristiger Rückstellungen und Öffentlichkeitsferne sind nur einige Vorteile für Unternehmen, die für Wirtschaftsmediation sprechen.



Der Bekanntheitsgrad außergerichtlicher Streitbelegungsinstrumente steigt. Allerdings sind die Vorstellungen zu Einsatz und konkreter Ausgestaltung in der Praxis oftmals unklar. Die folgenden Beispiele zeigen exemplarisch, wie Wirtschaftsmediation von Nutzen sein kann.

Mediation in der Finanzwirtschaft

Seit dem von der Bundesregierung eingesetzten "Kreditmediator" ist das Ziel der Kreditmediation im nationalen Bankenumfeld und bei Unternehmen bekannt. Doch diese staatliche Hilfestellung zur Abwendung einer Kreditklemme gibt es seit 2012 nicht mehr. Haben Unternehmen Probleme, Investitionskredite, Überbrückungsdarlehen oder Anschlussfinanzierungen zu erhalten, oder nehmen die Banken kurzfristige Änderungen der Finanzkennzahlen (financial covenants) des Unternehmens zum Anlass, Konditionen nachzuverhandeln, sind sie auf sich gestellt. Während Privatpersonen die Ombudsstellen der Bankenverbände Hilfestellung geben, gibt es für Unternehmen die Möglichkeit, sich an einen privaten Kreditmediator zu wenden.

Konfliktprävention bei Verhandlungen

Im Rahmen der Verhandlungen wird der „Kreditmediator“ (konfliktpräventiv) als Berater des Kreditnehmers tätig und unterstützt die Finanzkommunikation mit dem Kreditinstitut. Er ist damit nicht neutraler Vermittler in einer streitigen Frage i.S.d. Mediationsgesetzes. Als Interessensvertreter des Kreditnehmers kennt der „Kreditmediator“ das Kreditinstitut mit dessen Interessen, Vorgehensweise und Zwängen. Er nutzt dieses Wissen im Interesse seines Kunden um Wahrnehmungsunterschiede zu überbrücken. Der „Kreditmediator“ weiß, wie man mit den Banken am besten kommuniziert, um zu schnellen Entscheidungen zu kommen und den Banken zu ermöglichen, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens und die Chancen einer positiven Kreditentscheidung richtig einzuschätzen. Gleichzeitig hat der „Kreditmediator“ Zugang zum Unternehmer und kann Vorschläge und Anregungen richtig platzieren. Insoweit hilft der „Kreditmediator“, das Vertrauen zwischen Bank und Kunde aufzubauen bzw. (wieder) herzustellen. Vertrauen und Verlässlichkeit bilden die Grundlage für eine langfristige Partnerschaft und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen.



Konfliktlösung im ad-hoc-Fall

Handelt der Kreditmediator als echter neutraler Vermittler i.S.d. Mediationsgesetzes zwischen den Streitparteien, muss er in der Rolle des „All-Parties-Agent“ sowohl über fundierte Kenntnisse aus der Banken-, Finanzierungs- und Unternehmenspraxis als auch über Mediationskompetenz und Verhandlungsgeschick verfügen. Der Kreditmediator vermittelt dann als unabhängiger Dritter zwischen den Interessen von Kreditgeber und Kreditnehmer und begleitet die Verhandlungen zur Lösungsfindung durch die Parteien. Während diese (echte) Kreditmediation im internationalen Bankenumfeld bereits verbreitet ist (z.B. Mediation Rules der P.R.I.M.E. Finance/Den Haag oder der ICC/Paris), steckt ihre Nutzung im nationalen Finanzierungsumfeld dagegen (leider) noch in den Kinderschuhen.

Hintergrund: Wirtschaftsmediation

Basierend auf der Europäischen Mediations-Richtlinie regelt das Mediationsgesetz von 2012 erstmals in Deutschland die gesetzlichen Anforderungen für eine Mediation. Danach sind Mediationsverfahren absolut vertraulich. Auf vertraglicher Grundlage verständigen sich die Streitparteien auf Verfahrensmodi und einen Mediator als „Verhandlungsmanager“. Der Mediator ist absolut neutral (Vorbefassungsverbot) und bringt – je nach Grundberuf – spezielles Fachwissen zur Lösung des Konflikts mit. Die verhandelte Lösung erfasst nicht nur rechtliche Aspekte, sondern berücksichtigt v.a. persönliche Interessen der Parteien. Während der Verhandlungen ist die Verjährung etwaiger Ansprüche gehemmt. Abgesichert wird die Vertraulichkeit des Verfahrens durch ein prozessuales Zeugnisverweigerungsrecht. Die vereinbarte

» *Die Mediation ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Geschäftsmodells!*

Bei der Kreditvermittlung geht es nicht nur um die Kondition, sondern auch um die Verhandlung von einvernehmlichen Lösungen für Vertragsbestandteile und damit eine sehr frühe und präventive Konfliktvermeidung.

Entsteht dennoch ein Konflikt, arbeitet der professionelle Finanzierungs-,

Immobilien- oder Versicherungsmakler als eine Art Mediator zur Entwicklung und Verhandlung außergerichtlicher Lösungen.“

Peter Stöhr / Leiter Finanzierung bei Dr. Klein

Lösung ist zudem vollstreckbar. Zeitaufwand und Kosten sind jeweils zwischen den Parteien zu verhandeln und richten sich folglich nach deren Bedürfnissen.

Praxistipp!

Vereinbaren Sie mit Ihrem Geschäftspartner bereits bei Vertragsschluss Mediationsklauseln. Diese ermöglichen, sich bereits in einem frühen Konfliktstadium gemeinsam an einen Tisch zu setzen. Je schneller und partnerschaftlicher ein Konflikt „vom Tisch“ ist, desto besser für eine langfristige Geschäftsbeziehung. Hilfe und Ansprechpartner bei Fragen zur Mediation erhalten Sie bei Mediatoren und Mediationsverbänden.

DR. CLAUDIA CONEN, Wirtschaftsmediatorin, Rechtsjuristin in der Rechtsabteilung eines deutschen Finanzinstituts, Lehrbeauftragte für außergerichtliche Streitbeilegung, Konflikt- und Verhandlungsmanagement, Vorstand im m.con

ANDREAS RUF MRICS, Fachmediator für Immobilien- und Bauwirtschaft, Geschäftsführer GSW GmbH, Frankfurt a.M., Lehrbeauftragter für außergerichtliche Streitbeilegung in der Immobilienwirtschaft, Vorstand im m.con



→ HINWEIS

Mehr zum Thema Wirtschaftsmediation erfahren Sie bei einem der Workshops auf der Horizonte20xx-Tagung am 01.–02.12.2014 in Berlin.

Eine kurze Vorschau auf unsere diesjährige Veranstaltung finden Sie auf der Rückseite.

KREATIVITÄT

Mit dem Lippenstift neue Mieter gewinnen

Von Jan Becker, Hypoport AG

Fünf vor Drei. An der Wand pocht die Küchenuhr, in den Adern fließt der Wein. Er hat viel getrunken und wenig geschlafen. Die Buchstaben vor seinen Augen verschwimmen. Sieben Seiten, eine Idee, ein Konzept. In jener Nacht vor 34 Jahren wird die Sendung geboren, die als erfolgreichste Show in die deutsche Fernsehgeschichte eingeht: Wetten, dass..? Genau wie Frank Elstner geht es auch Unternehmern und ihren Mitarbeitern: Die besten Einfälle kommen ihnen selten im Büro, am Schreibtisch. Ob es darum geht Produktideen zu finden, neue Märkte zu erschließen oder Geschäftspartner für ein neues Projekt zu begeistern – Kreativität lässt sich nicht einfach ein- und ausschalten. Die sogenannten Geistesblitze schlagen häufig woanders ein: unter der Dusche, beim Joggen im Park, am Strand oder eben nachts am Küchentisch bei einem Glas Rotwein. Aber nach der Mittagspause im Büro? Kann man das eigentlich lernen: zu einem bestimmten Zeitpunkt, an einem bestimmten Ort kreativ zu sein?

Die Antwort vorneweg: Ja, es geht. Auf die Grundhaltung und die Einstellung zum Thema kommt es an. Wer geistreiche und originelle Einfälle braucht, sollte sich von Versagensängsten und Routine frei machen. Bedenken lähmen den kreativen Prozess: „Das wird nie funktionieren! Das wird viel zu teuer! Das haben wir schon tausendmal probiert!“ Vorbehalte und Zweifel sollten gleich zu Beginn sprichwörtlich über Bord geworfen werden. Oft hilft es, sie aufzuschreiben und den Zettel um-

gehend in den Mülleimer zu befördern. Erst dann kann geklärt werden, zu welchem konkreten Problem eine kreative Lösung gesucht wird. Bei der Ideensuche gilt: Jeder Vorschlag, jeder Beitrag ist wertvoll. Denn Ideen zu sammeln, ist die beste Methode, um gute Ideen zu finden.

Kein Vorschlag ist verrückt genug

Das Wohnquartier ist nicht attraktiv? Warum nicht einen Kinderspielplatz mit Streichelzoo anlegen? In Meetings fehlt die Energie? Wieso nicht einen Clown

zur Aufheiterung einladen? Kritik sollten sich die Teilnehmer an dieser Stelle verkneifen. Sie hemmt die anderen, sich einbringen zu wollen. Der kreative Prozess setzt auf das Engagement aller. Denn Ideen gebären wieder neue Ideen.

Und stockt das Gespräch einmal, können Reizwörter und -bilder die Gedanken wieder in Schwung bringen: Was hat eine Immobilie mit einem Kleiderbügel zu tun? Wie können wir einen Lippenstift benutzen, um neue Mieter zu gewin-