

IHR BERATUNGSUNTERNEHMEN

Ihr Partner zum Erfolg

Externes Rating

WB Management Beratung

Dipl.Kfm. Wolfgang Becker

Thüringer Str.39 D-63075 Offenbach

Tel.:069-83837492 Fax:069-83071727

E-Mail: w.becker@wbmanagement.de

Inhaltsverzeichnis

Basel II – und deren Folgen	2
Die Veränderungen in der Mittelstandsfinanzierung	2
Der Wettbewerb der Unternehmen auf dem Kapitalmarkt	2
Was ist Basel II ?	2
Was ist ein Rating?	2
Die Chancen des Ratings für den Mittelstand	4
1. Informationsinstrument für das Management	4
2. Signalisierung der Bonität und des Wettbewerbs auf dem Kapitalmarkt	4
3. Ausmachen von internen Risikofaktoren	5
4. Rating als Werbungs- bzw. Kommunikationsinstrument	5
Leistungsbeschreibung: externes Rating	6
I. Das Produkt	6
II. Vorgehensweise	6
III. Zeitdauer	6
IV. Preis	6
V. Dokumentation	6

Basel II – und deren Folgen

Die Veränderungen in der Mittelstandsfinanzierung

Das Gespenst steht nicht mehr vor der Tür, es ist schon drin. Zwar müssen Banken erst ab 2007 verschärfte Regeln zur Eigenkapitalunterlegung bei der Kreditvergabe („Basel II“) anwenden. Doch spätestens im nächsten Jahr werden die meisten Firmenkunden nach den Kriterien von Basel II bewertet. Allerdings müssen Kreditnehmer auch schon heute damit rechnen, einer genauen Analyse durch ihre Bank unterzogen zu werden, denn die Banken wenden dieses Ratingverfahren bereits an.

Der Wettbewerb der Unternehmen auf dem Kapitalmarkt

Das Kreditvolumina der Banken ist begrenzt und es werden in Zukunft nur noch die Unternehmen Fremdkapital oder günstige Konditionen erhalten, die eine gute Bonität nachweisen können. Um diese Bonität zu präsentieren, müssen die Unternehmen sich einem Rating unterziehen. Ein gutes Rating signalisiert den Kreditgebern die Kreditwürdigkeit und somit bei der vom Kreditinstitut gewährten Umfang an Verbindlichkeiten, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit gering ist.

Was ist Basel II ?

In der Internationalen Bank für Zahlungsausgleich in Basel von Bankvertretern Westeuropas und Nordamerikas getroffene Vereinbarung über die Kreditvergabe – das so genannte Basel II – hat im Wesentlichen das Ziel, die Streuung der Kreditrisiken neu zu regeln. Banken werden dadurch verpflichtet, künftig umfangreicher als bisher bei allen Unternehmenskrediten die Bonität der Kreditnehmer auf Basis eines Ratings zu beurteilen und entsprechend die Eigenkapitalunterlegung zu ermitteln.

Durch die neuen Anforderungen soll die Gestaltung der Kreditkonditionen marktgerechter und das Kreditrisiko direkter in der Preisgestaltung berücksichtigt werden.

Was ist ein Rating?

Allgemein:

Ratings treffen Aussagen über die Fähigkeit eines Schuldners, finanzielle Verpflichtungen vollständig und fristgerecht erfüllen zu können. So wird zum Beispiel davon abgeleitet mit welcher Wahrscheinlichkeit eine Leistungs- und Zahlungsstörung während der Kreditlaufzeit eintritt. In der Praxis werden zwei Arten von Ratings unterschieden. Diese sind zum einen:

Internes Rating:

Hier "ratet" ein Kreditinstitut einen Kunden mit einem hausinternen Verfahren und leitet danach eine Aussage über die Kreditwürdigkeit bzw. Ausfallwahrscheinlichkeit ab.

Externes Rating:

Hier wird das Rating von einer bankunabhängigen Ratingagentur durchgeführt. Dieses Rating ist dadurch von den geschäftspolitischen Interessen der Bank unabhängig und kann für unterschiedlichste Zwecke eingesetzt werden. Dadurch, dass unternehmensinterne Informationen in die Beurteilung mit einfließen, ist hier auch vor allem die Informationstiefe viel höher als bei bankinternen Ratings.

Gegenstand eines Ratings nach Basel II sind, neben den „harten Faktoren – Hard-Facts“ der finanzwirtschaftlichen Zahlen auch die so genannten „weichen Faktoren – Soft-Facts“ . In deren Betrachtung dann die Managementqualität und der Organisationsgrad des Unternehmens einbezogen werden. Zudem auch Urteile über die Geschäftschancen und –risiken, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die Gesellschafterstruktur sowie eventuell anstehende Nachfolgeregelungen in Betracht gezogen werden.

Das Rating soll auch in erster Linie ein Informationssystem darstellen. So sollen durch Ratings unter anderem erkannt werden wo oder wie Unternehmensrisiken entstehen. Zudem dokumentieren Ratings die Bonität der Unternehmen und machen diese vergleichbar.

Die Chancen des Ratings für den Mittelstand

Durch die Tatsache, dass das Unternehmen mit einem externen Rating auf dem „Prüfstand“ gestellt wird, ergeben sich hier weitreichende Vorteile für die Unternehmen.

Ihr Nutzen durch ein externes Rating:

1. Informationsinstrument für das Management

Durch die Identifizierung zahlreicher, betriebswirtschaftlich relevanter Faktoren und deren Bewertung unter dem Aspekt des Risikos, ergeben sich enorme Vorteile für die Unternehmen. Aus dem neutralen Blickwinkel der Ratinganalyse werden im Zusammenhang mit den Daten der Unternehmensrechnung, Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Unternehmens transparent. Durch die somit sichtbar gewordenen Potenziale, bieten sich Anregungen zur permanenten Verbesserung des Unternehmensstatus an.

2. Signalisierung der Bonität und des Wettbewerbs auf dem Kapitalmarkt

Sie als Unternehmen stehen heute in Konkurrenz mit anderen Unternehmen auf den Kapitalmärkten. Somit müssen Sie um die begrenzten Kreditvolumina von Banken werben. Hier kann man das externe Rating dazu nutzen, um zum einen den Banken, zum anderen den Lieferanten, zu zeigen, dass man einen guten wirtschaftlichen Wert bzw. Bonität hat. Damit signalisieren Sie, dass die Ausfallwahrscheinlichkeit Ihres Unternehmens gering ist.

Demnach können gute Ratings erheblich dazu beitragen, die Finanzierbarkeit des Unternehmens deutlich zu verbessern.

Durch die pro aktive Kommunikation mit dem Kreditinstitut und der Signalisierung der guten Bonität kann man auch das Vertrauen gegenüber dem Kreditinstitut steigern. Diese Verbesserung der Beziehung kann folgende Entscheidungskriterien der Kreditgeber positiv beeinflussen:

- Gestaltung der Finanzierungsbedingungen
- Höhe des Kreditlimits
- Stellung von Sicherheiten
- zusätzliche Gebühren

Somit ist der Aspekt der Reduzierung der Finanzierungskosten in diesem Zusammenhang ein weiterer wichtiger Faktor.

3. Ausmachen von internen Risikofaktoren

Im Rahmen eines internen Risikomanagements erfüllt das externe Rating die Funktion Risiken zu prüfen und diese transparent zu machen. Diese können somit über ein Bewertungsraster qualifiziert werden. So haben sie als Unternehmer rechtzeitig die Gelegenheit den Risiken gegenzusteuern

4. Rating als Werbungs- bzw. Kommunikationsinstrument

Dieser Aspekt eines externen Ratings dürfte wohl der Unterschätzteste aber auch der wichtigste sein. Denn durch das externe Rating erhöht sich die Transparenz gegenüber Aktionären, Kunden, Kreditinstituten und Lieferanten. Dies macht sich bemerkbar in:

a) Bessere Einkaufskonditionen

Ihre Lieferanten bekommen durch ein gutes Rating Hinweise über die Zahlungssicherheit ihres Unternehmens. Das dadurch gewonnene Vertrauen wirkt sich auf bessere Einkaufsbedingungen aus als gegenüber einem gänzlich unbekanntem Unternehmen.

b) Wettbewerbsvorteil bei Ihrem Großkunden

Großkunden werden durch die hohe Anzahl der Insolvenzen in Zukunft immer mehr dazu übergehen, Ihre strategisch wichtigen Lieferanten genauer zu beurteilen. Sie als Lieferant können dem zuvor kommen und durch ein externes Rating ihre Bonität nachweisen. Dadurch zeigen Sie Ihre Verantwortung gegenüber Ihrem Großkunden auch in Zukunft in eine langfristige Lieferantenbeziehungen zu investieren.

Auch der Aufbau neuer Geschäftsbeziehungen - gerade mit dem Ausland - lässt sich mit Hilfe eines guten Ratingergebnis sehr förderlich kommunizieren.

Bei Teilnahme an Ausschreibungen für die Ausführung langfristiger Projekte kann ein entsprechend gutes Rating zu einem wichtigen Argument gegenüber Preisunterschieden sein.

Bei dem Wettbewerb um gute Mitarbeiter und Führungskräfte, schafft ein Rating ebenfalls ein positives Signal gegenüber dem Bewerber. Aber auch dem Mitarbeiter signalisiert es eine gewisse Arbeitsplatzsicherheit.

Neue Gesellschafter erhalten mit Hilfe eines externen Ratings einen ersten Hinweis über die Bonität und die Bewertung der wichtigsten Unternehmensdaten. Dadurch wird es Investoren vereinfacht eine Entscheidung zu treffen und Vertrauen zu schaffen.

Das externe Rating eröffnet somit viele Vorteile für Ihr Unternehmen die Ihnen eindeutig Wettbewerbsvorteile verschaffen kann.

Leistungsbeschreibung

I. Das Produkt

Das angebotene externe Rating ist sachgerecht und berücksichtigt die Besonderheiten des Mittelstands. So sind hier gesammelte Erkenntnisse über mittelständische Unternehmen in das Produkt integriert.

Durch das externe Rating werden Sie in die Lage versetzt, zu erkennen wo oder wie Unternehmensrisiken entstehen und wie Sie von Ihrem Kapitalgeber gesehen bzw. "geratet" würden. Durch diese Ursachenerkennung können die Berater gemeinsam mit Ihnen in erster Linie eventuelle Krisensymptome bewältigen. Viel wichtiger ist es, dass diese Krisenursachen langfristig beseitigt werden können.

II. Vorgehensweise

Der erste Teil beinhaltet die Auswertung der betriebswirtschaftlichen Daten der „harten Faktoren – Hard-Facts“, diese sind alle Finanzdaten, die man in einer Währung (Euro) ausdrücken kann. Der zweite Teil besteht aus einem Interview in Ihrem Unternehmen um die so genannten "weichen Faktoren – Soft-Facts" zu erfassen. Diese sind unter anderem Angaben über das Management, Marktstellung usw.

Nach Abschluss erhalten Sie eine komplette Dokumentation über alle relevanten Auswertungen, Informationen, Kriterien, Empfehlungen und natürlich eine Benotung.

III. Zeitdauer

In der Regel bedarf es einer Zeitspanne von 60 Tagen um Ihnen das Gesamtergebnis zu präsentieren.

IV. Preis

Die Preise sind gekoppelt an verschiedene Faktoren, die sich nach dem ersten Gespräch erkennen lassen, demnach kann dann ein konkretes Angebot abgegeben werden. Die Preise richten sich nach dem für den Mittelstand realisierbaren Rahmen.

V. Dokumentation

Das Ergebnis und die Verwendung steht allein dem Auftraggeber zu Verfügung. Zu der Dokumentation gehören alle Auswertungen die die Hard- und Soft-Facts betreffen, ferner die konkreten Empfehlungen zu den einzelnen Punkten. Die Schweigepflicht ist obligatorisch.

Sie als Auftraggeber bestimmen allein über die Verwendung der Ergebnisse.