

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Autorenverzeichnis	XXIX

Teil 1

Bedeutung des Mittelstandsratings

Förderung der Kapitalversorgung im Mittelstand durch Rating

Michael Speicher

1. Einführung	3
2. Trends und Entwicklungen an den Finanzmärkten und die Folgen für den Mittelstand	4
3. Das Rating – eine neue Dienstleistung für den Mittelstand	7
4. Optionen für den Einsatz von Ratings	9
5. Rating – die Arbeitsweise der Agenturen	10
6. Der Ablauf des Ratings – der Ratingprozess	13
7. Ratingskala: Differenzierte Einstufungen	14
8. Rating und Kapitalmarkt	15
9. Fazit und Ausblick	17

Informationsstand und erwartete Auswirkungen von Basel II im Mittelstand

Andrea Heyken

1. Einführung	19
2. Informationsstand und Informationsquellen	20
2.1 Informationsstand	20
2.2 Informationsquellen	21
3. Bankgespräche	21
4. Erwartete Auswirkungen von Basel II	22
4.1 Auswirkungen auf die Kreditvergabepolitik und -modalitäten	23
4.2 Chancen und Risiken	23
5. Ratingeinstufung	24
5.1 Kriterien für die Ratingeinstufung	24
5.2 Bewertung der Kriterien	25
5.3 Unternehmensbenotung	26

6. Externes Rating	27
7. Fazit	28

Zukunftsperspektiven des Ratingmarktes

Hans-Georg Sultze

1. Ausgangssituation und Ausblick	29
2. Wirrwarr am Ratingmarkt	31
3. Zukunftsentwicklung: Die Ratingkultur	35
4. Das Beispiel der RS Rating Services AG	37

**Ratingverständnis im deutschen Mittelstand und Entwicklungspotenzial
des deutschen Ratingmarktes**

Simone Gromer

1. Einleitung	43
2. Ergebnisse der empirischen Untersuchung	44
2.1 Unternehmensbefragung	44
2.1.1 Vorgehensweise und Auswahl der Teilnehmer	44
2.1.2 Ergebnisse der Umfrage	45
2.2 Expertenbefragung	51
2.3 Bewertung und mögliche Szenarien der künftigen Entwicklung	54
2.3.1 Zusammenfassung der Umfrageergebnisse	54
2.3.2 Szenarien der künftigen Entwicklung	55
2.3.2.1 Ausgangssituation	55
2.3.2.2 Szenario „Start up“	56
2.3.2.3 Szenario „Business As Usual“	57

Teil 2

**Nutzenaspekte des Ratings kleinerer und
mittlerer Unternehmen**

Rolle von Ratings in der Firmenkundenbeziehung von Kreditgenossenschaften

Matthias Stuhlinger

1. Einleitung	63
2. BVR I Rating	64
2.1 Zielsetzung	64
2.2 Beschreibung	65
2.3 Kritische Würdigung	67
3. BVR II Rating	68
3.1 Rating im Umfeld von VR-Control	68

3.2	Rating als Voraussetzung für die Adressrisikosteuerung	68
3.3	Ausreichende Kundensegmentierung	70
3.4	Bau des BVR II Rating für den Mittelstand	71
3.5	Qualitätssicherung	74
3.6	Auswirkungen von Rating auf Kundenbeziehungen	75
3.6.1	Kreditkonditionen	75
3.6.2	Chance durch Transparenz	76
4.	Zusammenfassung	77

Bedeutung des Ratings in internationalen Geschäften

Aoshi Chen

1.	Chancen des internationalen Geschäftes für die Unternehmen	79
2.	Neue Dimensionen – Unternehmen im internationalen Geschäft	82
2.1	Stabilität der Politik einer Gesellschaft	82
2.2	Kulturunterschiede	82
2.3	Entwicklungsstand der Wirtschaftsordnung	83
3.	Internationale Zusammenarbeit – ein einfaches Modell	85
4.	Matrix von Kulturunterschieden und Entwicklungsstand der Wirtschaftsordnung auf dem Zielmarkt	85
5.	Rating als Entscheidungsinstrument im internationalen Geschäft	87
6.	Nutzung des Ratingservices in internationalen Geschäften	88
6.1	Sovereign Credit Rating	88
6.2	Corporate Credit Rating	89
6.3	Rating – eine Brücke für Unternehmen in internationalen Finanzmärkten	90
7.	Beschränkung des Ratingservices in internationalen Geschäften	91
8.	Auswertung der nachhaltigen internationalen Leistungsfähigkeit des Unternehmens	92
8.1	Fokus	92
8.2	Skala	93
8.3	Kriterien	93
8.3.1	Vier Analyseaspekte	93
8.3.2	Vier Informationslevels	94
8.4	Prozess	95
8.5	Monitoring	96
9.	Zusammenfassung und Ausblick	96

Rating als Visitenkarte am Finanzmarkt der Zukunft

Peter Fischer, Malte Mengers

1.	Einleitung	99
2.	Begriffliche Abgrenzung	100
2.1	Rating	100

2.2 Finanzmarkt	101
3. Aktuelle Entwicklungen der Märkte	101
3.1 Die Ratinglandschaft im Umbruch	101
3.1.1 Basel II	101
3.1.2 Externe Ratings	103
3.1.3 Interne Ratings	104
3.1.4 Chancen und Risiken für den Mittelstand	104
3.2 Dynamik des Finanzmarktes	106
4. Die zukünftige Ratingpflicht gibt starke Impulse für die Finanzmärkte	108
4.1 bfinance – der Finanzmarkt für Unternehmen im Internet	108
4.2 Die Relevanz des Ratings für den Geschäftsprozess eines modernen Finanzmarktplatzes	109
5. Zusammenfassung	113

Teil 3

Funktionen des Mittelstandsrating

Kreditwürdigkeitsprüfung durch Rating

Inge Pawlik

1. Einleitung	119
1.1 Wozu brauchen Banken interne Ratings?	119
1.2 Definition von Kreditwürdigkeit	119
1.3 Definition von Rating	120
2. Bankinterne Ratingverfahren	120
2.1 Ziele	120
2.2 Kriterien	121
2.3 Bewertung der Kriterien	123
3. Maßnahmen zur Bonitätsverbesserung	123
3.1 Informationspolitik	123
3.2 Transparenz	124
4. Von der Bonitätsanalyse durch Rating zur Kreditentscheidung	125
5. Ausblick	125

Rating als Element der Bankrisikosteuerung

Stefan Kirmße

Einleitung: Die marktliche Situation im Firmenkundengeschäft – Ausgangspunkt einer Neuausrichtung der Kreditrisikosteuerung	127
1. Bestandteile einer Kreditrisikosteuerung	128
2. Entwicklung und Struktur eines Ratingsystems	132
3. Einsatzmöglichkeiten der Ratinginformationen in der Banksteuerung	138

Gestaltungsalternativen der Unternehmensfinanzierung durch Rating

Ingo Natusch

1. Einleitung	143
2. Finanzmarktentwicklungen	144
3. Kreditversorgung des Mittelstands	145
3.1 Neue Eigenkapitalvorschriften des Baseler Ausschusses für Bankenaufsicht	145
3.2 Umbruch in der Kreditvergabepraxis	146
4. Mögliche Finanzierungsstrategien mittelständischer Unternehmen	147
4.1 Höhere Transparenz	147
4.2 Höhere Flexibilität bei der Wahl der Finanzierungsinstrumente	148
4.2.1 Kapitalmarktprodukte	148
4.2.1.1 Corporate Bonds	148
4.2.1.2 Asset Backed Securities	150
4.2.2 Private-Equity-Finanzierungen	151
4.2.3 Risikoadäquat bepreiste Kredite	153
4.3 Exkurs: Assetklasse „Deutscher Mittelstandskredit“	154
5. Fazit und Ausblick	156

Rating zur Steuerung von Kundenbeziehungen

Christoph Tigges

1. Einleitung	159
2. Strategisches Risk Management: Festlegung der Risikopolitik	160
3. Ziele des Kredit Risk Management	161
3.1 Ziele der Kreditüberwachung	161
3.2 Ziele des Kredit-Ratingsystems	162
4. Grundsätze	163
4.1 Klassifizierung/Rating von Unternehmen	163
4.2 Delegation der Entscheidungen	164
4.3 Systemunterstützung und individuelle Bonitätsprüfung	164
5. Risiko-Entscheidungsgebäude	164
6. Kreditmanagement-Prozess	166
6.1 Prozess der Bonitätsprüfung	166
6.2 Informationen zur Bonitätsbeurteilung	168
6.3 Bewertung der Informationen	168
7. Frühwarnindikatoren	169
8. Risk Controlling im Rahmen des Kredit Risk Managements	171
9. Globale Aspekte	172
10. Zusammenfassung	173

Was können Mittelständler von einem Rating erwarten?

Dieter R. Kirchmair

1. Ausgangsbasis	175
2. Bank of International Settlement	175
3. Rating – für wen?	176
4. Was können mittelständische Unternehmen erwarten?	177
5. Externes und/oder internes Rating?	177
6. Definition Mittelstand	178
7. Rating-Know-how im Unternehmen	178
8. Ratingprozess	179
9. Ratinginhalte	179
10. Erwartungen	180
10.1 Fachkundiges Urteil	180
10.2 Nachweis der Zukunftsfähigkeit	181
10.3 Zuverlässiges Steuerungsinstrument	181
10.4 Optimierung der Kommunikation im Unternehmen	181
10.5 Imagegewinn	182
10.6 Motivationsförderung im Unternehmen	182
10.7 Eintrittskarte für den Kapitalmarkt	182
10.8 Förderung der Geschäftsbeziehungen	183
10.8.1 Kundenbeziehungen	183
10.8.2 Lieferantenbeziehungen	183
10.8.3 Beziehungen zu Dienstleistern und anderen	183
10.9 Unterstützung bei Akquisition von leitenden Mitarbeitern	184
10.10 Rating als Regulativ für die Konditionsgestaltung	184
10.11 Unabhängigkeit von Kapitalinvestoren	185
10.12 Kooperation mit externen Beratungsgesellschaften	185
10.13 Neues, offeneres und kreatives Verhältnis zu den Banken	185
10.14 Ratingagentur oder auch Bank als Partner für die Zukunftsfähigkeit	186

Teil 4

Adressaten des Mittelstandsratings

Rating aus der Aktionärsperspektive

Volker G. Heinke

1. Einführung	189
2. Optionscharakter von Aktien und Krediten	190
3. Rating, Ratingänderungen und Aktionärsvermögen	192
3.1 Zielkonflikt zwischen Kreditgebern und Aktionären	192
3.2 Einflussfaktor Unternehmensvermögen	193

3.3 Einflussfaktor Cash Flow-Volatilität	194
3.4 Einflussfaktoren Kreditkonditionen und Verschuldungsgrad	196
3.5 Zusammenfassender Überblick	197
4. Empirischer Zusammenhang zwischen Ratings und dem Aktionärsvermögen	199
5. Schlussbetrachtung und Ausblick	202

Rating aus Sicht des geschäftsführenden Gesellschafters

Kurt Peter

1. Einleitung	205
2. Vorgeschichte	205
3. Vorarbeiten	208
4. Ziele	209
5. Ratingprozess	211
6. Ergebnis und die Folgen	212

Bedeutung des Credit Ratings im Fondsmanagement

Felix Fischer, Holger Mertens

1. Einführung	215
2. Ratingklassen-Vereinbarung	215
2.1 Ratingagentur	216
2.2 Default Rates	216
2.3 Recovery Rate	218
2.4 Default Losses	219
3. Ratingklassenallokation	220
4. Branchenallokation	221
5. Einzeltitelselektion	223
5.1 Finanzscore	223
5.2 Qualitativer Score	226
5.3 Relative Value	227
6. Portfoliomanagement	228

Teil 5

Konzeptionen von Ratingsystemen

Kreditrisikomessung durch interne Credit-Ratingverfahren

Stefan Blochwitz, Judith Eigermann

1. Ziele von Credit Ratings und Anforderungen an interne Verfahren	231
1.1 Kreditrisiko	231
1.2 Konzepte für Ratingverfahren	232
1.3 Anforderungen an interne Ratingverfahren	233

2. Kreditvergabe als mehrstufiger Prozess	235
3. Datenbasis und Systematisierung bonitätsrelevanter Daten	237
4. Quantitative Verfahren zur Bonitätsprüfung	239
5. Festlegung von Risikoklassen und Überwachung des gesamten Systems	
5.1 Festlegung von Risikoklassen	241
5.2 Überwachung des internen Ratingverfahrens	242

Konzeption des CRESTA-SCORES

Hans-Ulrich Templin

1. Einleitung	249
2. Zielsetzung und Vorgehensweise der empirischen Untersuchung	251
3. Entwicklung des CRESTA-SCORE-Ansatzes	254
3.1 Regelbasierter Teilansatz	254
3.2 Hermeneutischer Teilansatz	256
3.3 Ratingskala	257
3.4 Rating und Rendite	258
4. Zusammenfassung	259

HERMES-Rating für den Mittelstand

Ralf Garrn

1. Ein erfolgreiches Unternehmen ist gut – noch besser ist allerdings ein ausgezeichnetes Unternehmen	263
1.1 Ratings bewerten die Bonität von Unternehmen	263
1.2 Ein gutes Rating ist ein starker Wettbewerbsvorteil	264
1.3 Dem Mittelstand fällt es immer schwerer, Kredite zu erhalten	265
1.4 Neue Auflagen lassen die Zinsen steigen	265
1.5 Geprüfte Bonität zahlt sich bei Lieferanten aus	266
1.6 Gute Argumente bei der Personalsuche	268
1.7 Rating ist nicht gleich Rating	269
1.8 Je besser der Ruf des Prüfers, desto größer der Wert eines Ratings	269
1.9 Rating ist auch aktive Risikovorsorge im Sinne des KonTraG	270
2. Rating im Interesse des Unternehmens	271
2.1 Am Anfang steht die Information	271
2.2 Genaue Recherchen vor Ort sind die beste Basis	271
2.3 Über den Einsatz des Ratings entscheidet allein das Management	272
3. Faktoren für den Unternehmenserfolg	272
3.1 Je sicherer die Branche, desto besser kann das Rating werden	273
3.2 Zahlen, Fakten, Menschen und Visionen: die Kriterien der Analyse	273
4. Erste Schritte zum erfolgreichen Rating	274
4.1 Vorab benötigte Informationen	275
4.2 Wählen Sie feste Ansprechpartner aus	276

Konzeption des Creditreform Ratings

Andreas Huber, Jost Frickhöfer

1. Einführung	277
2. Das mittelstandsorientierte Creditreform Rating	278
2.1 Vorgehensweise	279
2.2 Einfließende Informationsbestandteile	281
2.2.1 Jahresabschlussanalyse	281
2.2.2 Analyse des wirtschaftlichen Umfeldes	283
2.2.3 Analyse der qualitativen Unternehmensfaktoren	285
2.3 Dauer und Gültigkeit eines Creditreform Ratings	286
3. Grundsätze und Ziele einer mittelständischen Ratingagentur	287

Kriterienstruktur des MWI-Ratings

Bernd Lindemann, Kai Fischer

1. MWI-Ratingkonzept im Überblick	289
1.1 Bewertungsfelder Management, Wirtschaftlichkeit und Innovation	289
1.2 Einbindung des MWI-Ratings in den Investor Relations-Spiegel	291
1.3 Transparenz-Aspekt des MWI-Ratings	292
1.4 Unternehmensgruppen für das MWI-Rating	292
2. Kriterienstruktur, Güteklassen und Ratingprädikate sowie Organisationshilfen zur Ratingdurchführung	293
2.1 Ebenen der Kriterienstruktur	293
2.2 Güteklassen und Ratingprädikate	294
2.3 Organisationshilfen zur Ratingdurchführung	295
3. Kriterienstruktur der Management-, Wirtschaftlichkeits- und Innovationsbewertung	296
3.1 Kriterienstruktur der Managementtransparenz im Überblick	296
3.2 Kriterienstruktur der Wirtschaftlichkeitstransparenz im Überblick	298
3.3 Kriterienstruktur der Innovationstransparenz im Überblick	299

Ganzheitlich-Dynamisches Unternehmens-Rating

Günter H. Darazs

1. Einführung	307
2. Situation	308
2.1 Definition und Zielsetzung eines Ratingsystems	308
2.2 Veränderungsdruck auf die KMU's	310
2.3 Neue Herausforderungen an ein Ratingsystem	312
3. Was soll sein?	313
3.1 Die Problemstellung eines Ratings	313
3.2 Die klassische Lösung: Eine Jahresabschlussanalyse	314
3.3 Warum ist Rating mehr als eine Jahresabschlussanalyse?	315

4. Das Ganzheitlich-Dynamische Unternehmens-Rating (GDUR)®	317
4.1 Basis des Ganzheitlich-Dynamischen Unternehmens-Ratingkonzeptes	317
4.2 Ratingkriterien	321

Teil 6

Modelle des Ratings

Rating mit qualitativen und quantitativen Kriterien

<i>Günther Stur</i>	327
-------------------------------	-----

Quantitatives Credit-Rating mit qualitativen Merkmalen

Judith Eigermann

1. Einleitung und Problemstellung	343
2. Ein wichtiges qualitatives Merkmal – Bilanzierungsverhalten	344
2.1 Was sind qualitative Merkmale?	344
2.2 Das Bilanzierungsverhalten als notwendige Ergänzung zur quantitativ dominierten Kreditwürdigkeitsprüfung	346
2.3 Qualitatives Bilanzierungsverhalten – Grundlagen	347
2.4 Qualitatives Bilanzierungsverhalten – Erfassung	348
3. Einbeziehung qualitativer Merkmale in quantitative Ratingverfahren	351
3.1 Was ist ein quantitatives Ratingverfahren?	351
3.2 Qualitative Merkmale in der Diskriminanzanalyse	352
3.3 Qualitative Merkmale in der logistischen Regression	355
3.4 Qualitative Merkmale in einem Neuronalen Netz	356
3.5 Qualitative Merkmale in einem Fuzzy-System	358
4. Zusammenfassung	360

Mittelstandsrating mit Hilfe neuronaler Netzwerke

Karsten Füsser

Neuer Basler Eigenkapital-Akkord	363
Auswirkungen des alten/neuen Basler Akkords auf die Banken	364
Position des Mittelstandes	365
Sicht der Banken	367
Neuronale Netze und alternative Ansätze zum Rating – ein Vergleich	369
Neuronale Netze als Werkzeuge zum Mittelstandsrating – Beispiel	376
Zusammenfassung/Fazit	381

Modellierung von Expertensystemen zum Rating

Bernulf Bruckner

1. Einführung	387
2. Expertensysteme	389
2.1 Allgemeines und Definitorisches	389
2.2 Komponenten eines Expertensystems	391
3. Expertensysteme als Ratinginstrumente	392
3.1 Anforderungen an ein ratingtaugliches Expertensystem	393
3.2 Modellierung eines ratingtauglichen Expertensystems	394
4. Zusammenfassung und Ausblick	397

Teil 7

Ablauf unterschiedlicher Ratingverfahren

Unternehmensrating bei der börsennotierten Gesellschaft

Michael R. Probst

1. Einleitung	403
2. Unternehmen fit für die Börse machen	404
3. Ablauf des Ratingprozesses	406
3.1 Ziel des URA-Ratings: ganzheitliche Betrachtung des Unternehmens	406
3.2 Qualitätsmerkmale des Ratingprozesses	406
4. Entscheidung für eine der neuen deutschen Ratingagenturen	407
5. Vom Auftrag bis zum Ratingbericht	408
5.1 Neben der Papierlage zählt der Eindruck vor Ort	408
5.2 Struktur der Befragung	409
5.3 Die Rolle des Advisors	411
6. Fazit	412

@rating – mit Sicherheit mehr vom B2B

Karlheinz Bernhard/Norbert Langenbach/Thierry Nock/Axel Föllinger

1. Das Konzept	415
1.1 Ausgangssituation	415
1.2 Die @rating-Lösung	417
2. @rating Produkte	419
2.1 @rating Quality Label	420
2.2 @rating Service – professionelles Kundenmanagement	421
2.3 @rating Protection	422
3. Kriterien für die Beurteilung von Unternehmen	425
3.1 Diskriminanzanalyse	426

3.2 Internes Frühwarnsystem	427
3.3 Selbstauskunft – Fragebogen und sonstige Informationen	429

Teil 8

Kriterien der Beurteilung

Kriterien des FERI Branchenratings

Eberhard Weiß

1. Einleitung	433
1.1 Zielsetzung des Branchenratings	433
1.2 Anwendung des Branchenratings	434
2. Konzeption des Branchenratings	435
2.1 Indikatoren zur Bonität	435
2.2 Empirische Branchenanalyse	436
2.3 Verdichtung der Ergebnisse	437
3. Datenbasis der Branchenanalyse	437
3.1 Datenumfang	437
3.2 Datenquellen	438
4. Prognoseerstellung	438
4.1 Simulationsmodelle	438
4.2 Branchenprognose Deutschland	440
5. Kalkulation des Ratings	442
5.1 Auswahl der Kriterien	442
5.2 Berechnungsverfahren	443
5.3 Zusatzbewertungen	445
6. Aktuelle Auswertungen	446
6.1 Verteilung	446
6.2 Ausfallwahrscheinlichkeiten	446
7. Darstellung der Ergebnisse	447
7.1 Branchendossier	447
7.2 Branchenvergleich	448
8. Zusammenfassung	448

Maßstäbe für das Rating von mittelständischen High-Tech Unternehmen

Andreas Ost

1. Ausblick	451
2. High-Tech-Branche – Wer ist das?	452
3. Volkswirtschaftliche Aspekte des High-Tech-Feldes	453
4. High-Tech im Wettbewerb	454
5. Warum eigentlich ein Rating?	455

6. Kriterien, die ein Rating beeinflussen	457
6.1 Qualitative Faktoren	458
6.1.1 Produktionsfaktor Wissen – <i>Forschung und Entwicklung</i>	459
6.1.2 Die Mitarbeiter – <i>essenzielles Asset von Technologieunternehmen</i>	459
6.2 Quantitative Faktoren	461
6.2.1 Kapital – Rückgrat des Mittelstandes	461
6.2.2 Beteiligungsgesellschaften, Business Angels und Corporate Venturing	463
6.2.3 Öffentliche Fördermaßnahmen	464

Bestandssicherung durch Suche nach Spitzentechnologien

Georg H. von Braunschweig, Hermann Hildenbrand

1. Einleitung und Begriffsbestimmung	467
2. Unternehmenserfolg und Bestandssicherung	468
2.1 Veränderungen des Marktes	468
2.2 Spitzentechnologien für Innovationen	468
2.2.1 Unterscheidung vom Wettbewerb	469
2.2.2 Höhere Rendite	469
2.2.3 Beurteilung der Bonität	469
2.3 Unternehmensstrategie	470
2.3.1 Unternehmenskultur	470
2.3.2 Kundenorientierung	471
3. Kriterien zur Beurteilung der Bestandssicherung	471
3.1 Stand der angewandten Technologie und Organisation	471
3.2 Umsatzanteile mit neuen Produkten	472
3.3 Forschung und Entwicklung (FuE)	472
3.4 Kooperationen mit anderen Unternehmen	473
4. Aktivierung des Innovationspotenzials	474
4.1 Innerbetriebliche Ideenfindung	474
4.1.1 Förderung der Fachkräfte	474
4.1.2 Motivation der Mitarbeiter	475
4.2 Analyse der eigenen Erzeugnisse	475
5. Suche nach Spitzentechnologie	476
5.1 Eigene Forschung und Entwicklung	476
5.2 Outsourcing von Forschungs- und Entwicklungsarbeiten	477
5.2.1 Betriebsinterne Voraussetzungen	477
5.2.2 Suche nach Kooperationspartnern	479
6. Übertragung von Spitzentechnologien auf Unternehmen	580
6.1 Auswahl des geeigneten Partners	480
6.1.1 Fachliche Auswahl	480
6.1.2 Persönliche Auswahl	481
6.1.3 Grundlagen der Entscheidung	481

6.1.4 Entscheidung	481
6.2 Vereinbarung über einen Technologietransfer	482
7. Erfolgskontrolle und kontinuierliche Innovationen	485
7.1 Erfolgskontrolle	485
7.2 Fortsetzung der Innovationstätigkeit	486
7.3 Berücksichtigung der Ergebnisse in Planung und Bilanz	486

Teil 9

Rolle des Rating Advisors

Bedeutung des Rating Advisors für mittelständische Unternehmen

Wolfgang Meyer-Parpart

1. Grundlegende Anmerkungen	489
1.1 Ratings und mittelständische Unternehmen	490
1.1.1 Ratingdefinition	490
1.1.2 Mittelständische Charakteristika als Risikofaktoren	491
1.1.3 Kriterien für die Ratingfähigkeit von mittelständischen Unternehmen	493
1.2 Verbindung von Rating Advisory und Ratingagenturen	494
1.2.1 Rechtliche Grundlagen	495
1.2.2 Rating Advisory als Teil der Unternehmensberatung	496
1.2.3 Unabhängigkeit und Qualität der Dienstleister	497
2. Rating Advisory und Investmentbanken	498
3. Spezielle Aufgabenstellungen des Rating Advisors	499
3.1 Beratungsaktivitäten vor der Entscheidung des Unternehmens für ein Rating	500
3.1.1 Festlegung des primären Ratingzwecks	500
3.1.1.1 Rating als Entscheidungshilfe für das Management	501
3.1.1.2 Rating zur Unterstützung der Kapitalmarktfähigkeit	502
3.1.2 Auswahl einer oder mehrerer Ratingagenturen	503
3.1.3 Ernennung eines Ratingkoordinators	505
3.1.4 Indikation einer Ratingbandbreite	507
3.2 Vorbereitungsphase für das Ratingverfahren	507
3.2.1 Erstellung einer Ratingdokumentation	507
3.2.2 Vorbereitung der Präsentation des Unternehmens für das Ratinggespräch	509
3.3 Begleitung des Unternehmens nach Erhalt des ersten Ratings	511
3.3.1 Analyse und Auswertung des ersten Ratings als Basis für erforderliche Unternehmensberatung	511
3.3.2 Empfehlungen für oder gegen die Veröffentlichung eines Ratings	512

3.3.3 Ratings als wesentlicher Bestandteil der Finanzkommunikation (Investor Relations)	513
4. Ausblick	516

Ratingberatung mittelständischer Unternehmen

Manfred Schwärzer

1. Das neue Jahrtausend beginnt turbulent	519
2. Was sind die Hintergründe?	520
3. Was ist aus Sicht des mittelständischen Unternehmens zu tun und wobei kann ihm geholfen werden?	523
3.1 Einstellung zum gesamten Problem	523
3.2 Nutzung aller mit dem Rating verbundenen Chancen	523
3.3 Gründliche und proaktive Vorbereitung	525
3.4 Prerating oder „der Trockenkurs“	526
3.5 Optimierte Entscheidung ob, von wem und wann geratet werden soll	527
3.6 Begleitung durch einen kompetenten Rating Advisor	527
4. Fazit	528

Vorbereitung von Familienunternehmen auf ihr Rating

Karl-Heinz Kramer

1. Familienunternehmen sind etwas Besonderes	530
1.1 Begriff	530
1.2 Stärken von Familienunternehmen	530
1.3 Zur Finanzierung	531
2. Besondere Risikofaktoren – Familienunternehmen aus Sicht der Ratingagentur	531
2.1 Unternehmensgröße und geringer Diversifizierungsgrad	532
2.2 Fehlende Transparenz	532
2.3 Eingeschränkte finanzielle Flexibilität	533
2.4 Personenabhängigkeit	534
2.5 Ungeklärte Unternehmensnachfolge	535
2.6 Streitigkeiten innerhalb der Familie bzw. im Gesellschafterkreis	535
3. Die Integrierte Eigner-Strategie	536
3.1 Unternehmensstrategie	538
3.2 Persönliche Strategie	538
3.3 Vermögensstrategie	538
3.4 Familienstrategie	539
3.5 Zusammenfassung	539
4. Was können Familienunternehmen zur Vorbereitung auf das Rating tun?	540
4.1 Intensive Beschäftigung mit dem Ratingprozess	540
4.2 Überprüfung der Erwartungshaltung	541

4.3 Lernen, mit Transparenz umzugehen	541
4.4 Öffnung des Familienunternehmens für neue Ideen und Kapital	542
4.5 Frühzeitige und umfassende Nachfolgeregelung	543
4.6 Anpassung der Führungsstruktur und Corporate Governance	544
4.7 Rating Advisory	545
5. Fazit	546

Ratingperspektiven für kleine und mittlere Unternehmen in der Schweiz

Paul Stämpfli

Die Banken und der Mittelstand	550
→ Blick auf die Schweizer Ratingszene	552
Die (nicht-bilanzierten) Immateriellen im Vormarsch	554
Die Kommunikation als Werttreiber	556
Mehrwert für den Schweizer Mittelstand durch Unternehmensratings	556
Ratingablauf bei einer schweizerischen Großbank	559
Entwicklung des Schweizer Marktes für unabhängige Ratings	560
Würdigung von Ratings und Ratingagenturen nach Schweizer Recht	564
Ausbildung	566
Zusammenfassung	566

Zusammenarbeit der Ratingagentur mit dem Advisor

André Röhm

1. Einleitung	569
2. Notwendigkeit des Advisory bei mittelständischen Unternehmen	570
2.1 Unterstützung bei der Entscheidungsfindung des Managements	570
2.2 Wirtschaftliche Durchführung des Ratings	571
2.3 Verbesserung des Aussagegehalts des Ratingergebnisses	572
2.4 Unterstützung nach Abschluss des Ratings	572
3. Abgrenzung des Advisory von der Analystentätigkeit	573
3.1 Tätigkeitsbild des Advisors in Abgrenzung zum Analysten	573
3.2 Bindung an Berufsgrundsätze	574
4. Zusammenarbeit des Advisors mit der Ratingagentur	575
4.1 Vertragsbeziehung des Advisors	575
4.2 Zusammenarbeit vor Aufnahme des Ratings	576
4.3 Vor und während der Ersterhebung und ersten Risikoanalyse	577
4.4 Während der Analystentätigkeit	578
4.5 Bei Festsetzung des Ratingergebnisses	578
4.6 Post-Rating und Monitoring	579
5. Schlussbemerkung	579

Integration von Risikomanagement und Rating in der Praxis

Hardy Oepping

1. Zielsetzungen im Risikomanagement und Rating	583
1.1 Risikomanagement	583
1.2 Unternehmensrating	585
1.3 Synopsis	586
2. Risikoidentifikation	587
2.1 Risikomanagement	587
2.2 Unternehmensrating	588
2.3 Synopsis	589
3. Risikobewertung	590
3.1 Risikomanagement	590
3.2 Unternehmensrating	591
3.3 Synopsis	591
4. Risikoaggregation	593
4.1 Risikomanagement	593
4.2 Unternehmensrating	594
4.3 Synopsis	595
5. Risikobewältigung	597
5.1 Risikomanagement	597
5.2 Unternehmensrating	597
5.3 Synopsis	598
6. Risikoüberwachung	600
6.1 Risikomanagement	600
6.2 Unternehmensrating	601
6.3 Synopsis	602
7. Zusammenfassung und Ausblick	603

Rating Advisory in der Integrierten Corporate Finance Bank

Jochen Fischer, Frank Henes, Hilko Holzkämper

1. Einleitung	605
2. Aktuelle Trends an den Kredit- und Kapitalmärkten	606
2.1 Die Beschlüsse von Basel II	606
2.2 Konsolidierung am Bankenmarkt	606
2.3 Trend zur Kapitalmarktfinanzierung	608
3. Das Konzept der Integrierten Corporate Finance Bank	609
4. Ratingverfahren und Beurteilungsfaktoren	611
4.1 Rating – Bonitätsbeurteilung durch einen unabhängigen Dritten	612
4.2 Der Ratingprozess	613
4.3 Die Beurteilungskriterien	614
5. Rating Advisory als Kernelement der Integrierten Corporate Finance Bank	615

5.1 Nutzen von Rating Advisory aus Sicht des Unternehmens	615
5.2 Aufgaben und Vorgehensweise des Rating Advisors	616
6. Schlussbetrachtung	619

Teil 10

Standards im Ratingwesen

Das Unternehmensfeld und der Faktor Mensch	
<i>Ulrich Hirsch</i>	623

Grundsätze des Unternehmensratings	
<i>Dieter Pape</i>	
1. Rating für den Mittelstand – der neue Ansatz	637
1.1 Wirtschaftliches Umfeld	637
1.2 Kapitalversorgung	637
1.3 Entwicklung mittelständischer Unternehmen	638
1.4 Rating als Stabilisierungsfaktor	638
2. Ratingqualität – die Basis	639
3. Förderung der Qualität des Ratings durch den Rating Cert e.V.	640
3.1 Historie	640
3.2 Zweck des Vereins	642
3.3 Stellungnahme des Rating Cert e.V. an die BIZ	642
4. Rating – Definition und Image	644
4.1 Definition des Ratings	644
4.2 Image des Ratings	646
5. Grundsätze des Unternehmensratings	647
5.1 Berufsständische Standards	647
5.2 Die Grundsätze des Unternehmensratings	648
5.3 DVFA Ratingstandards	655
Ausblick	656

Qualitätssicherung im Ratingwesen	
<i>Christoph R. Kley</i>	
1. Einleitung – Durch Standards die Qualität von Ratings sichern	659
2. Strategien zur Qualitätssicherung von Ratings	661
3. Qualitätssicherung durch den Rating Cert e.V. und seine Grundsätze	665
3.1 Der Rating Cert	665
3.2 Ratinggrundsätze des Rating Cert	665
4. Vorstellung und Kommentierung der Ratinggrundsätze des Rating Cert e.V.	667

4.1 Spannungsfelder bei der Konzeption von Regelwerken	667
4.2 Zu den allgemeinen Pflichten der Ratingagentur	668
4.3 Erhebungsgrundsätze	673
4.4 Beurteilungsgrundsätze	675
4.5 Allgemeine Pflichten des Analysten	676
Analystenausbildung für das Mittelstandsrating	
<i>Walburga Sarcher</i>	
1. Die Idee	681
2. Grundvoraussetzung für eine Qualifizierung zum Rating-Analysten: finanzpolitischer Hintergrund	682
2.1 Kreditvergabe durch die Banken	682
2.2 Andere Formen der Refinanzierung	682
2.3 Situation der Banken	683
2.4 Folgen für die Ratinglandschaft	683
3. Kooperationspartner aus der Praxis und wissenschaftlicher Hintergrund	684
4. Die „Rating-Analystin“/der „Rating-Analyst“	685
4.1 Die Kompetenzen eines Rating-Analysten	685
4.2 Die Berufsfelder des Rating-Analysten	686
5. Das Augsburger Qualifizierungskonzept	687
5.1 Grundsatzfragen zur Entwicklung eines Konzeptes	687
5.2 Analyseraster	687
5.3 Fragenraster: Der Schlüssel zu den Teilbereichen	688
5.4 Charakteristika der Qualifizierung	688
5.5 Ziele	688
5.6 Inhalte	688
5.7 Zertifikatsprüfung	690
5.8 Voraussetzungen zur Qualifizierung	680
6. Ein exklusiver Verein: Rating-Analysten der Universität Augsburg	691
7. Interesse?	692
Stichwortverzeichnis	693