

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Inhaltsübersicht.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XV
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 Basel II als Auslöser des Ratingphänomens.....	1
1.2 Die Veränderungen auf den internationalen Finanzmärkten.....	3
1.3 Die Kreditvergabepraxis der Banken.....	6
1.4 Die Situation des deutschen Mittelstandes.....	8
<b>2. Von Basel I zu Basel II.....</b>	<b>13</b>
2.1 Die neuen Eigenkapitalanforderungen an Banken.....	13
2.2 Die Umsetzung in den Solvabilitätsverordnungen.....	15
2.3 Die Schwachstellen von Basel I und die Ziele der neuen Vereinbarung.....	16
2.3.1 Basel I und die Hintergründe.....	16
2.2.3 Überblick über die neue Vorschrift nach Basel II.....	19
2.2.4 Konkrete Inhalte der neuen Eigenkapitalvereinbarung.....	21
2.4 Die drei Säulen von Basel II.....	22
2.4.1 Die Mindestanforderungen an das Eigenkapital mit externen oder internen Ratings.....	22
2.4.2 Die verschärfte Bankenaufsicht.....	33
2.4.3 Die Marktdisziplin.....	36
2.5 Die aktuellen Veränderungen in den Regelwerken für Banken und Versicherungen.....	38
2.5.1 Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk).....	38
2.5.2 Mindestanforderungen für Versicherungen (Solvency II).....	39
<b>3. Rating als Chance für aktive Unternehmen.....</b>	<b>43</b>
3.1 Der Ratingbegriff und die Abgrenzung zu anderen Bewertungsmethoden.....	43
3.1.1 Rating als umfassende Bonitätsbewertung.....	43
3.1.2 Rating versus andere Bewertungsmethoden.....	45

3.2	Die Geschichte des Ratings. ....	47
3.3	Ratingarten. ....	50
3.3.1	Externes versus internes Rating. ....	50
3.3.2	Emissionenrating und Emittentenrating. ....	52
3.3.3	Solicited versus Unsolicited und Debt versus Equity Rating. ....	53
3.3.4	Bonitätsurteile von Wirtschaftsauskunftsdiensten. ....	54
3.3.5	Branchenrating. ....	56
3.3.6	Mittelstandsrating als besondere Form des Emittenten- ratings. ....	60
3.3.7	Finanzrating. ....	61
3.3.8	Länderrating. ....	63
3.4	Bedeutung unterschiedlicher Ratingsymbole und die Vor- teile eines standardisierten Ratings. ....	65
3.4.1	Ratingsymbolik. ....	65
3.4.2	Aussagekraft von Ratings und die Vorteile standardi- sierter Ratings. ....	69
3.4.3	Die Auswirkungen des Ratings auf Kreditinstitute. ....	71
3.5	Ratingskalierung der Banken. ....	72
3.5.1	Ratingskalierung der Volks- und Raiffeisenbanken. ....	72
3.5.2	Ratingskalierung der Sparkassen. ....	74
3.5.3	Ratingskalierung der Großbanken. ....	75
3.5.4	Die IFD-Ratingskala. ....	75
3.6	Adressaten des Ratings. ....	76
3.6.1	Kunden und Lieferanten als Ratingadressaten. ....	76
3.6.2	Lieferantenrating. ....	77
3.6.3	Mitarbeiter und die Öffentlichkeit als Zielgruppe. ....	79
3.7	Auswirkungen des Ratings auf den deutschen Mittel- stand. ....	79
3.7.1	Veränderte Kommunikationserfordernisse. ....	79
3.7.2	Risiken aus Sicht der Unternehmen. ....	82
3.8	Akzeptanz externer Ratings im deutschen Mittelstand. ....	83
3.8.1	Ergebnisse der Studie des BDU. ....	83
3.8.2	Zwischenergebnis. ....	85
3.9	Voraussetzungen für ein positives Rating. ....	87
3.9.1	Typische Probleme bei mittelständischen Unterneh- men. ....	87
3.9.2	Maßnahmen zur Optimierung des Ratings. ....	89
3.9.3	Bedeutung des Rating Advisors. ....	93
3.9.4	Finanzkommunikation durch Rating. ....	94
3.9.5	Regelung der Nachfolge für ein optimales Rating. ....	96

3.10	Der Ratingprozess .....	98
3.10.1	Die Vorbereitungsphase .....	100
3.10.2	Die Analyse und Bewertungsphase .....	101
3.10.3	Kommunikation und Wiederholung des Ratings .....	102
3.10.4	Rechtliche Aspekte und Haftungsfragen .....	103
3.11	Die Ratingkriterien im Einzelnen .....	106
3.11.1	Quantitative Kennziffern und deren Aussagekraft ....	108
3.11.2	Qualitative Faktoren und deren Messung .....	117
3.11.3	Weitere Einflussfaktoren .....	130
3.11.4	Die Problematik des Einbezugs von immateriellen Vermögensgegenständen .....	130
3.12	Ergänzende und alternative Analysen zum Rating .....	137
3.12.1	Länder- und Branchenanalyse .....	138
3.12.2	Spezielle Risikoanalyse mit Value at Risk Modellen ..	139
<b>4.</b>	<b>Anforderungen an ein mittelstandsorientiertes Rating-system .....</b>	<b>149</b>
4.1	Allgemeine Anforderungen .....	149
4.1.1	Grundlagen .....	149
4.1.2	Objektivität der Datenerfassung .....	149
4.1.3	Reliabilität oder Zuverlässigkeit der Auswertung .....	150
4.1.4	Validität oder die Genauigkeit der Ergebnisse .....	151
4.2	Mathematische Anforderungen an ein Ratingsystem ....	152
4.3	Spezielle Mittelstandsorientierung .....	155
4.3.1	Transparenz und Mittelstandsorientierung .....	155
4.3.2	Routinemäßige Durchführbarkeit .....	156
4.3.3	Messbare Indikatoren .....	156
4.3.4	Verständliche Eingabemasken .....	157
4.3.5	Eindeutige Gewichtung und klare Skalierung .....	157
4.3.6	Einfachheit und Übersichtlichkeit der Auswertung ....	158
4.3.7	Offenheit der Gewichtung der Kriterien .....	159
4.3.8	Selbsterklärung der Analyse .....	160
4.4	Methoden zur Entwicklung von Ratingsystemen .....	160
4.5	Spezielle aufsichtsrechtliche Anforderungen an interne Ratingsysteme .....	163
4.6	Das bankenunabhängige Ratingsystem R-Cockpit .....	164
<b>5.</b>	<b>Nutzenpotenziale von externen Ratings .....</b>	<b>169</b>
5.1	Interne Nutzenpotenziale .....	169
5.1.1	Managementinformationen .....	169
5.1.2	Risikoidentifikation .....	170

5.2	Externe Nutzenpotenziale . . . . .	171
5.2.1	Erhöhung der Kreditwürdigkeit . . . . .	171
5.2.2	Verbesserung der Finanzierungskonditionen . . . . .	172
5.2.3	Steigerung der Unternehmensattraktivität . . . . .	174
<b>6.</b>	<b>Fallbeispiel eines Ratings mit Ratinggutachten . . . . .</b>	<b>177</b>
6.1	Zusammenfassung des Gutachtens . . . . .	177
6.2	Beschreibung der qualitativen Faktoren . . . . .	178
6.2.1	Branche, Produkt und Marktstellung . . . . .	178
6.2.2	Management und Strategie . . . . .	183
6.2.3	Interne Wertschöpfung . . . . .	185
6.2.4	Planung und Steuerung . . . . .	187
6.2.5	Beschreibung des Bereichs Kontodaten/Finanzpolitik . . . . .	188
6.3	Bewertung der quantitativen Faktoren . . . . .	189
6.3.1	Auswertung Bilanzrating Jahr 1: Rating BBB . . . . .	189
6.3.2	Auswertung Bilanzrating Jahr 2: Rating BBB . . . . .	190
6.3.3	Auswertung Bilanzrating Jahr 3: Rating BBB- . . . . .	191
6.3.4	Erläuterung zu den Kennzahlen der jüngsten Bilanz . . . . .	192
6.3.5	Gesamtauswertung Bilanz . . . . .	195
6.4	Bewertung der qualitativen Faktoren, Stärken-/Schwächen-Analyse . . . . .	196
6.4.1	Branche, Produkt und Marktstellung . . . . .	196
6.4.2	Management und Strategie . . . . .	197
6.4.3	Interne Wertschöpfung . . . . .	199
6.4.4	Planung und Steuerung . . . . .	200
6.4.5	Kontodaten/Finanzpolitik . . . . .	201
6.4.6	Auswertung qualitatives Rating . . . . .	202
6.5	Gesamtauswertung . . . . .	202
<b>7.</b>	<b>Anhang . . . . .</b>	<b>203</b>
7.1	Ratinganbieter in Deutschland . . . . .	203
7.1.1	Große Agenturen . . . . .	203
7.1.2	Auf mittelständische Unternehmen spezialisierte Ratingberatungen . . . . .	205
7.2	Ratingausbildung in Deutschland . . . . .	208
7.2.1	Universität Augsburg . . . . .	209
7.2.2	Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg . . . . .	210
7.2.3	RaFin Stuttgart/Berlin . . . . .	211
7.2.4	Europäische Fernhochschule Hamburg (EFH) . . . . .	213

Glossar .....	215
Literaturverzeichnis.....	229
Internetadressen .....	235
Stichwortverzeichnis .....	237