



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 46 Thema: Unternehmensbeurteilung/Rating

Bankkredite sind und bleiben für kleine und mittlere Unternehmen die wichtigste Finanzierungsform (neben z. B. Beteiligungskapital). Angesichts der vielen Diskussionen um Basel II und dem damit verbundenen Rating fragt sich heute so manche Unternehmerin und so mancher Unternehmer:

- ▶ Was ist mit Basel II und Rating gemeint?
- ▶ Was hat das mit mir zu tun?
- ▶ Wer bekommt zukünftig noch einen Bankkredit? Unter welchen Bedingungen?
- ▶ Wie kann man sich auf ein Rating durch die Bank vorbereiten?

Die wichtigste Antwort für alle künftigen Kreditnehmer zuerst: Sorgen Sie für eine bestmögliche Transparenz, damit Ihre Bank Ihr Unternehmen und vor allem Ihre wirtschaftlichen Verhältnisse so gut wie möglich kennt und leicht versteht. Diese Transparenz ist (in Zukunft noch mehr) Pflichtaufgabe jeder Unternehmensleitung.

Dabei geht es nicht nur um die Banken: Jeder Unternehmer, der sein Unternehmen gut organisiert und alle wichtigen Zahlen und Fakten kennt, ist ein besserer und erfolgreicher Unternehmer. Das ist wichtig für das Unternehmen, aber auch wiederum für die Kreditvergabe.



Basel II schafft transparente Kreditvergabe

Ziel der so genannten Basel II-Regelungen ist eine Stabilisierung des Banken- und Finanzsystems, um Finanzkrisen zu verhindern. Diese können entstehen, wenn Unternehmen Kredite bewilligt bekommen, die sie nicht mehr zurückzahlen können. In der Folge kann es zu Insolvenzen nicht nur der betroffenen Kreditinstitute, sondern auch von Partnerfirmen solcher Unternehmen kommen. Die entstehenden Probleme sind umso gravierender, je größer die insolventen Unternehmen sind.

Die Basel II-Regelungen und das damit verbundene Rating wollen für eine transparente Kreditvergabe und damit für weniger Probleme in der Wirtschaft

sorgen. Man kann sie als ein vorsorgliches Krisenmanagement verstehen.

Am 31. Dezember 2006 ist Basel II offiziell in Kraft getreten.

Kreditabsicherung durch die Bank je nach Bonität

Für jeden Kredit müssen nicht nur die Kreditnehmer Sicherheiten stellen, sondern auch die Banken und Sparkassen. Sie müssen einen eigenen Eigenkapitalanteil als „Risikopuffer“ bereithalten. Die Höhe dieses Banken-Eigenkapitalanteils hängt auch von der Bonität des Kreditnehmers ab. Das bedeutet: Für eine geringere Bonität (wegen höherer unternehmerischer Risiken) müssen die Kreditinstitute nun einen höheren Eigenkapitalanteil stellen. Der Eigenkapital-Puffer ist bei der Bank oder Sparkasse zur Absicherung gebunden, sie können damit also keine weiteren

Inhalt

Internes und externes Rating	2
Tipps zur Ratingvorbereitung	3
Das wollen die Banken wissen	3
Rating und Existenzgründer	3
Checkliste: So können Sie sich auf das Rating vorbereiten	I und II
Das ist das Ratingergebnis	4
Print- und Online-Informationen	4

Geschäfte machen. Für diesen Eigenkapitalanteil berechnen sie darum Zinsen, die der Kreditnehmer bezahlen muss.

Kreditzinsen je nach Bonität

Das bedeutet auch: Je mehr Eigenkapital Banken und Sparkassen für Kredite vorhalten müssen, desto teurer werden diese Kredite für die Kreditnehmer. Unternehmen mit schlechter Bonität müssen für ihre Bankkredite daher höhere Zinsen bezahlen oder erhalten – im schlechtesten Fall – sogar überhaupt keinen Kredit mehr. Profitieren können dagegen Unternehmen mit einer guten Bonität: durch günstige Zinssätze.

Die Bonität von Unternehmen wird durch ein Rating ermittelt.

Rating ermittelt Bonität

Mit Rating (von englisch to rate = jemanden einschätzen, beurteilen) ist die Beurteilung der voraussichtlichen wirtschaftlichen Fähigkeit eines Kreditnehmers gemeint, seinen Zahlungsverpflichtungen termingerecht nachzukommen. Bei einem Rating macht die Bank oder eine Ratingagentur eine Bestandsaufnahme der Gesamtsituation eines Unternehmens. Resultat ist eine Art Gutachten über seine Kreditwürdigkeit. Dieses Gutachten ermöglicht einzuschätzen, welche Gefahren dem Unternehmen drohen könnten (z. B. Umsatzeinbußen) und ob es Probleme erwarten lässt, seine Kredite zurückzahlen.

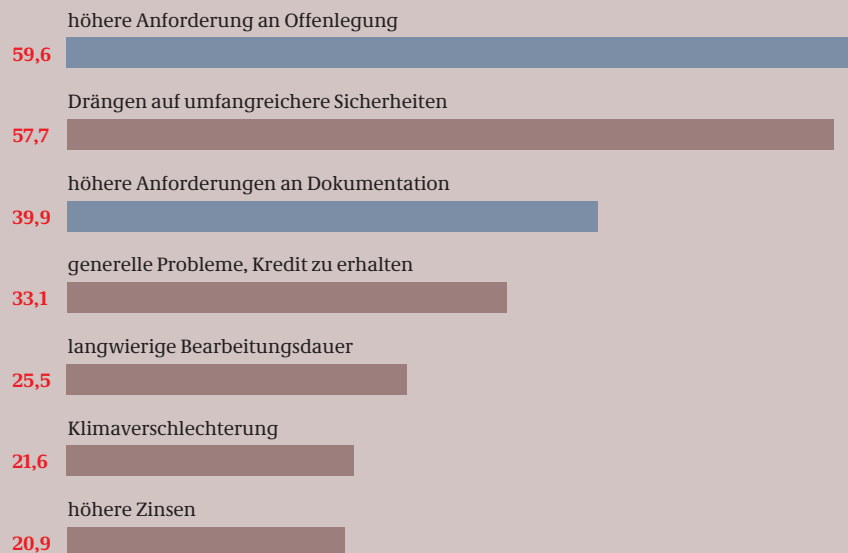
In einer Gesamtnote wird die Wahrscheinlichkeit (Ausfallrate) ermittelt, mit der das entlehnte Geld für die Bank verloren gehen könnte. Je nachdem, wie diese Ausfallrate ausfällt, d. h. wie hoch das Risiko für das Kreditinstitut ist, fallen auch die Konditionen (Zinsen) für Kredite aus. Das bedeutet: hohes Risiko = hohe Zinsen und umgekehrt. Das Risiko steigt übrigens mit der Laufzeit des Kredits: auch dadurch können die Zinsen steigen. Es wird für jedes Unternehmen deshalb darauf ankommen, bei einem Rating gegenüber einer Bank oder Sparkasse im bestmöglichen Licht zu erscheinen. Generell gilt: Aus einem Ratingurteil lassen sich immer wichtige Hinweise darüber gewinnen, in welcher Situation sich das Unternehmen befindet, konkret: welche

Stärken und Schwächen es hat. Das Rating bietet dem Unternehmen damit immer auch einen fundierten „Check“,

der hilft, Risiken frühzeitig zu erkennen und verborgene Potenziale zu nutzen.

Schwierigkeiten bei der Kreditbeschaffung

Angaben in % (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Mittelstandsmonitor, 2006

Internes und externes Rating

Jedes Kreditinstitut nimmt seine Kreditnehmer in (fast) jedem Fall selbst „unter die Lupe“ (= internes Rating bzw. Bankenrating). Außerdem kann man als Unternehmer auch ein Rating durch eine der mittlerweile zahlreichen Ratingagenturen durchführen lassen (= externes Rating). Nach Erfahrungen des Bundesverbandes der Deutschen Unternehmensberater (BDU) akzeptieren allerdings die Kreditinstitute kaum externe Ratingergebnisse als Ersatz für eigene Bankenratings.

Ausnahme: Ein Unternehmen, das mit einem sehr guten Ergebnis einer renommierten Ratingagentur (z. B. Moody's, Standard & Poor's) zu einer Bank kommt, hat in der Regel keinerlei Probleme, an einen günstigen Kredit zu kommen. Übersicht über Ratingagenturen für den Mittelstand: www.dihk.de (unter Unternehmensfinanzierung).

Kosten für externes Rating

Es gibt verschiedene Arten und Anbieter für externe Ratings. Die Arten unterscheiden sich in der Ausführlichkeit (Tiefe) der Unternehmensbeurteilung.

Je nach Ratingtiefe und Größe des Unternehmens entstehen folgende Kosten:

- ▶ **Credit-Scoring:** Es liefert eine reine Bilanzauswertung. Kosten: ca. 300 bis 1.000 Euro.
- ▶ **KMU-Ratings der Mittelstandsagenturen:** Sie bieten ein verkürztes Rating an. Kosten: ca. 5.000 bis 6.000 Euro.
- ▶ **Vollrating der Mittelstandsagenturen:** Es geht wesentlich tiefer und ist deutlich zeitaufwendiger als ein verkürztes Rating. Kosten: ca. 15.000 Euro.
- ▶ **Rating der großen Ratingagenturen:** nur für große mittelständische Unternehmen durch z. B. Moody's, Standard & Poor's. Kosten: ab ca. 80.000 bis 100.000 Euro.

Hinzu kommen die internen Kosten für die Vorbereitung auf das Rating. Insgesamt sollte man anfallende Kosten aber durchaus auch als Investition in ein „besseres“ Unternehmen betrachten. Wie Ihr Unternehmen wahrscheinlich bei einem Bankenrating abschneiden würde, können Sie mit dem BMWi-Ratingplaner ermitteln (s. S. 3).

Tipps zur Ratingvorbereitung

- ▶ Organisieren Sie Ihren kaufmännischen Bereich gut und transparent.
- ▶ Nutzen Sie betriebswirtschaftliche Planungs- und Steuerungsinstrumente (z. B. Soll-Ist-Vergleiche, Forderungsmanagement, verbindliche Kalkulationsgrundlagen).
- ▶ Sorgen Sie dafür, dass die „Vergangenheit“ und die „Zukunft“ Ihres Unternehmens plausibel und nachprüfbar sind (z. B.: Wie wollen Sie welchen Umsatz erzielen? Durch welche Maßnahmen wollen Sie Ihre Kosten senken? Welches sind Ihre Kalkulationsgrundlagen?).
- ▶ Sorgen Sie für eine solide Eigenkapitalbasis (z. B. durch Prüfungen bei Entnahmen).
- ▶ Sorgen Sie für ausreichendes betriebswirtschaftliches Know-how in der Geschäftsleitung (z. B. durch Fortbildungen).
- ▶ Planen Sie Ihre Unternehmensnachfolge Schritt für Schritt.

Damit die Bank dies beurteilen kann:

- ▶ Erstellen Sie Ihre Bilanzen und Betriebswirtschaftlichen Auswertungen (BWA) vollständig und transparent.
- ▶ Legen Sie Bilanzen und BWA Ihrer Bank unaufgefordert und zeitnah vor, auch dann, wenn Sie keinen Kredit benötigen.
- ▶ Wenn erforderlich: Erläutern Sie Ihre Unterlagen.
- ▶ Pflegen Sie eine offene Kommunikation mit Ihrer Bank – auch bei negativen Entwicklungen (stärkt das Vertrauen).
- ▶ Ordnen Sie alle Unterlagen sorgfältig und übersichtlich (z. B. Verträge, Rechnungen, Zahlungen, Kalkulationen).
- ▶ Sorgen Sie für Sicherheit in Ihrer EDV.
- ▶ Legen Sie Organisations-Handbücher für alle wichtigen Abläufe im Unternehmen an.
- ▶ Führen Sie Ihr Konto im Rahmen der Vereinbarungen (kein Überziehen des Kreditrahmens).
- ▶ Halten Sie sich immer an Vereinbarungen mit Ihrer Bank.

IHKs und HWKs helfen

Die Kammern unterstützen die Unternehmen bei der Vorbereitung auf das

Rating. Der DIHK präsentiert Informationen, Veranstaltungshinweise und Literaturempfehlungen auf seiner Homepage (www.dihk.de) unter der Rubrik „Unternehmensfinanzierung“, „Basel II/Rating“.

BMWi-Ratingplaner

Der BMWi-Ratingplaner hilft Ihnen, mögliche Schwachstellen im Unternehmen zu erkennen und rechtzeitig vor einem Bankrating zu korrigieren. Ratingplaner: www.existenzgruender.de/ratingplaner

Das wollen die Banken wissen

Beim Rating werden analysiert:

- ▶ die wirtschaftliche Situation des Unternehmens
- ▶ die Qualität des Managements und der Unternehmens-Organisation
- ▶ die Situation des Unternehmens im Markt und die Zukunft des Marktes und der Branche
- ▶ die Beziehung zwischen Unternehmen und Hausbank
- ▶ die Unternehmensentwicklung und die Unternehmensplanung

(s. auch „So können Sie sich auf das Rating vorbereiten“)

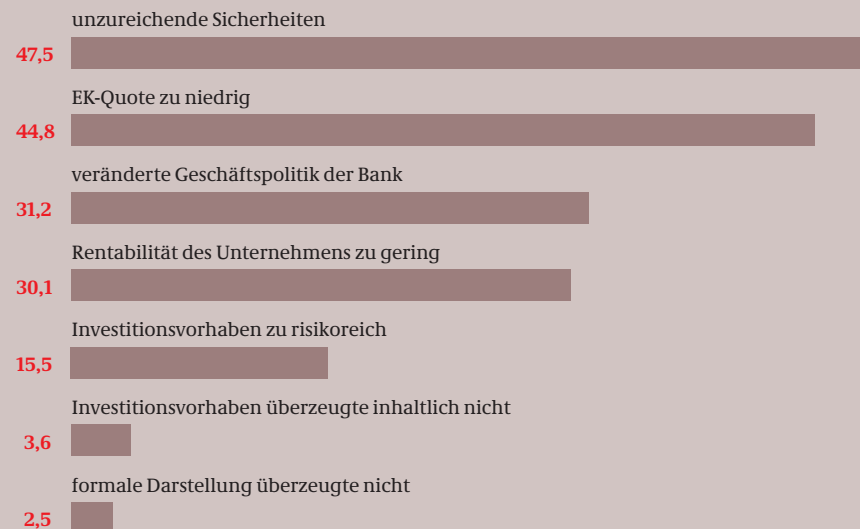
Rating und Existenzgründer

Jeder Kreditnehmer muss sich auf das Bankenrating einstellen. Anders als bestehende Unternehmen können Gründerinnen und Gründer dabei noch keine Jahresabschlüsse vorweisen, aus denen ersichtlich wäre, wie gut das Unternehmen läuft. Daher kommt es für sie vor allem darauf an, ein überzeugendes Unternehmenskonzept zu erarbeiten bzw. vorzustellen und fachliche sowie kaufmännische Qualifikationen nachzuweisen.

Dabei legen die Banken bei der Bonitätseinschätzung ganz besonderes Gewicht (ca. 60 Prozent) auf die „harten“ Fakten zur wirtschaftlichen Situation des Unternehmens. Diese ermitteln sie vor allem aus den Jahresabschlüssen der letzten drei Jahre. Alle Daten werden gemeinsam mit dem Unternehmer erörtert. Für das Unternehmen bietet dieser Prozess durchaus Vorteile und Chancen: Was bisher für den Bankkunden unsichtbar geschah, wird nun mit ihm offen und intensiv erörtert (worauf Sie bestehen und was Sie ggf. einfordern sollten).

Gründe für Kreditablehnungen

Angaben in % (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Unternehmensbefragung Unternehmensfinanzierung (KfW), 2005

So können Sie sich auf das Rating vorbereiten

Nehmen Sie Ihr Unternehmen „unter die Lupe“: In welchen Bereichen stehen Sie wirklich gut da? In welchen Bereichen sieht es weniger gut aus? Antworten Sie – je nachdem – auf jede Frage des Fragebogens entweder mit „+“ (= gut) oder „-“ (= weniger gut). Je mehr positive Wertungen Sie abgeben, desto positiver wird wahrscheinlich Ihr Rating ausfallen. Wichtig ist: Versuchen Sie dort besser zu werden, wo Sie eine negative Wertung abgegeben haben. Dabei legen die Banken ganz besonderes Gewicht (ca. 60 Prozent) auf die „harten“ Fakten zu den wirtschaftlichen Verhältnissen des Unternehmens.

Die folgenden Fragen und die Art der Bewertung sind nicht identisch mit der Ratingpraxis. Sie gehen jedoch auf alle wesentlichen Ratingfelder ein und können dabei helfen, sich auf ein Rating vorzubereiten.

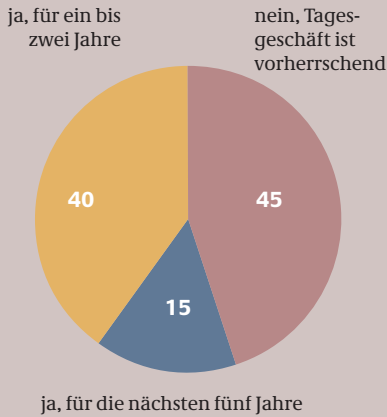
Wie bewerten Sie...	+	-
Analyse wirtschaftlicher Verhältnisse		
die Bilanzen und Jahresabschlüsse der letzten beiden Jahre?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Umsatz- und Leistungsentwicklung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Kostenentwicklung und Kostenstruktur?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Ertragsentwicklung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Rentabilität?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Liquidität?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Eigenkapitalquote?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Schuldentilgungsdauer? (groß = „-“/gering = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihr Firmenvermögen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Management und Organisation		
Managementkompetenz und Führungserfahrung		
die fachlichen und kaufmännischen Qualifikationen der Unternehmensleitung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
den Einblick der Unternehmensleitung in die wirtschaftliche Situation Ihres Unternehmens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Zuverlässigkeit Ihrer Kalkulationen auf einer gesicherten Zahlengrundlage?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Absicherung der Kontinuität in der Unternehmensführung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Regelung Ihrer Nachfolge?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Nachwuchsförderung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmensstruktur		
die Effektivität der Organisationsstrukturen in Ihrem Unternehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Ausrichtung Ihrer Unternehmensstruktur an den Erfordernissen des Marktes und der Branche?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
das Qualitätsmanagement in Ihrem Unternehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal		
die Qualifikationen Ihrer Mitarbeiter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Abhängigkeit von Schlüsselpersonen im Unternehmen? (groß = „-“/gering = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Personalplanung für die Zukunft?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markt und Branche		
Marktsituation allgemein		
das Marktpotenzial Ihres Unternehmens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
den aktuellen Auftragsbestand?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die zukünftige Auslastung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markt- und Branchenentwicklung		
die Branchenentwicklung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Abhängigkeit Ihres Unternehmens von Markt- und Branchentrends?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Abhängigkeit Ihres Unternehmens von der Konjunktur?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
das Erfolgspotenzial Ihrer Geschäftsfelder?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Wie bewerten Sie...	+	-
Markt und Branche		
Produkte und Leistungen		
Ihr Angebotssortiment?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Qualität Ihrer Produkte und Leistungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Positionierung Ihres Unternehmens am Markt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Positionierung Ihres Unternehmens in seinem derzeitigen Preis- und Leistungssegment?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Produktentwicklung und Innovationsgeschwindigkeit in Ihrem Unternehmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunden		
die Zufriedenheit Ihrer Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit mit Ihrem derzeitigen Kundensegment?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Bonität Ihrer Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Abhängigkeit von bestimmten Kunden? (groß = „-“/gering = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die „Treue“ Ihrer Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenz		
den Marktanteil Ihres Unternehmens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Zahl der Wettbewerber? (groß = „-“/gering = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihren Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lieferanten		
Ihre Einkaufskonditionen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Qualität und Zuverlässigkeit Ihrer Lieferanten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Abhängigkeit von Lieferanten? (groß = „-“/gering = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vertrieb		
Ihre Vertriebsorganisation?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing		
Ihr Marketingkonzept?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beziehung Unternehmen – Hausbank		
Kontoführung		
die Inanspruchnahme Ihres Kreditrahmens? (Konto überzogen = „-“/Konto nicht überzogen = „+“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Kontoumsätze im Vergleich zum Kontokorrent-Kreditrahmen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information		
Ihr Informationsverhalten gegenüber der Bank (notwendige Informationen pünktlich, ausreichend geliefert)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Aussagekraft Ihrer Informationen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Kommunikation mit Ihrer Bank bei wichtigen Informationen und strategischen Entscheidungen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Zuverlässigkeit bei Vereinbarungen mit der Bank?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmensentwicklung und Unternehmensplanung		
Ihr Unternehmenskonzept?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer lang- und kurzfristigen Entwicklungs- und Planziele?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Umsatz- und Absatzplanung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Kostenplanung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihre Kostenvor- und Kostennachkalkulation?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Ertragsplanung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Investitionsplanung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Liquiditätsplanung (Kapitaldienstfähigkeit)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Qualität Ihres Rechnungswesens und Controllings?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Qualität Ihres Mahnwesens?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
die Seriosität im Umgang mit Unternehmensrisiken (Umweltrisiken, Gewährleistungsrisiken, Produkthaftungsrisiken, Versicherungen und Rücklagen)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Haben Sie eine schriftliche Unternehmensplanung?

Unternehmens-Antworten in %



Quelle: Sage Software, 2005

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- ▶ GründerZeiten Nr. 6 „Existenzgründungsfinanzierung“

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen (Ratingplaner)

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal www.existenzgruender.de/ratingplaner

Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171
 bmwi@gvp-bonn.de
 Download u. Bestellfunktion:
www.existenzgruender.de

Rating für den Mittelstand

Wissen, worauf es ankommt.
 F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, KfW Bankengruppe (Hrsg.), Frankfurt am Main, 2003

Rating als Chance

Risiken erkennen – Potenziale nutzen: ein Ratgeber für mittelständische Unternehmen. Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (Hrsg.), Berlin, 2002

Vorbereitung auf das Bankgespräch

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hrsg.), Berlin, 2007

Rating – Herausforderung und Chance zugleich

Deutscher Sparkassenverlag (Hrsg.), Stuttgart, 2007

Das ist das Ratingergebnis

Die Kreditinstitute ermitteln per Rating die Bonität des Kunden. Genauer: Sie berechnen die Wahrscheinlichkeit (Ausfallrate), mit der das entliehene Geld für die Bank verloren gehen könnte. Je nachdem, wie hoch oder niedrig diese Ausfallrate, also das Risiko für die Bank, ist, fallen die Kreditzinsen aus: hohes Risiko = hohe Zinsen und umgekehrt. Die Ratingsysteme der Banken und Sparkassen sind dabei alle ähnlich (allerdings nicht immer leicht verständlich oder gar veröffentlicht).

Ratingklasse	Bemerkung	Ausfallrate	
0+	Dieser Ratingbereich ist nur für internationale Konzerne (kapitalmarktnotierte Unternehmen) und Staaten erreichbar.	0,00%	Ratingklassen
0a		0,01%	
0b		0,02%	
0c		0,03%	
0d		0,04%	
0e		0,05%	
1a	In diesem Ratingfeld finden sich große Unternehmen ohne wirtschaftliche Schwierigkeiten mit hoher Fähigkeit zur Schuldentilgung.	0,07%	
1b		0,10%	
1c		0,15%	
1d		0,23%	
1e		0,35%	
2a	In Klasse 2 werden mittelständische Unternehmen mit normalen Risiken, die keine Schwierigkeiten erkennen lassen, eingestuft.	0,50%	
2b		0,75%	
2c		1,10%	
2d		1,70%	
2e		2,60%	
3a	In Klasse 3 finden sich mittelständische Unternehmen bei denen sich Schwierigkeiten abzeichnen (3a, 3b) bzw. die bereits erkennbare Schwierigkeiten haben (3c–3e).	4,00%	
3b		6,00%	
3c		9,00%	
3d		13,50%	
3e		20,00%	
4a	Kreditnehmer mit langen Zahlungsverzug (über 90 Tage), mit Einzelwertberichtigungen, Insolvenzverfahren, in Abwicklung gelten im Sinne des Ratings als vollständig ausgefallen.	100,00%	Ausfallklassen
4b			
4c			
4d			
4e			

Quelle: Bundesverband der Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)/ Institut für Rating und Corporate Finance im Mittelstand

Redaktionservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
 PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR
 Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
 Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
info@pid-net.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
 Öffentlichkeitsarbeit
 11019 Berlin
info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Bernhard Krob, Leiter der Abteilung Risikokonzepte/Risikosteuerung des BVR
 Alexandra Boehne, Leiterin des Referats Geld und Währung, Unternehmensfinanzierung, Statistikpolitik des DIHK
 Rudolf Schüller, Institut für Rating und Corporate Finance im Mittelstand, Dortmund

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 30.000

Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.