



Creditreform
Rating Agentur

Rating für den Mittelstand

Nutzen durch Transparenz?

—

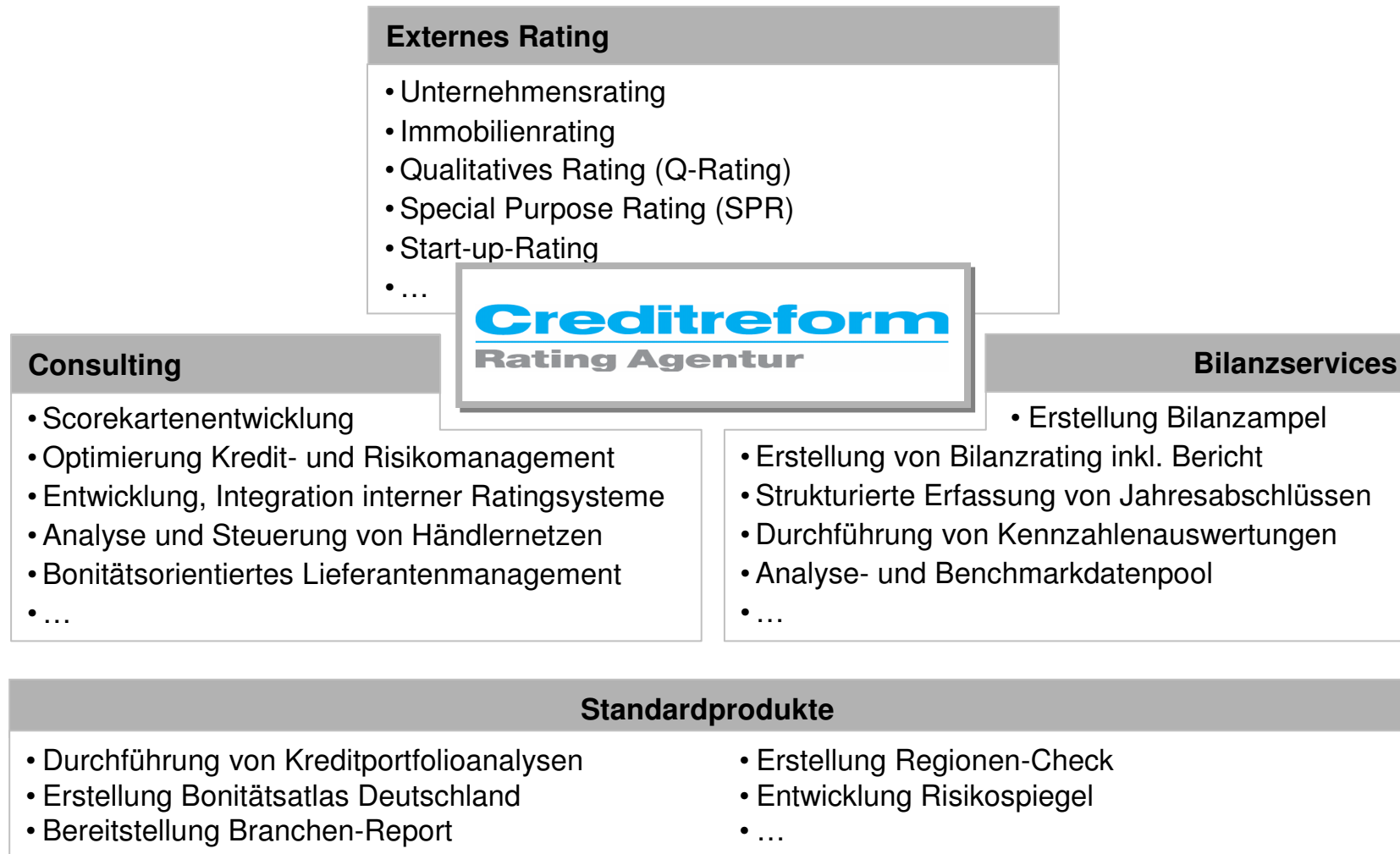
Nutzen durch Transparenz!!

Neuss, 16. Oktober 2007

Inhalt

- ➊ Einleitung
- ➋ Rating: Inhalt und Aussagekraft
- ➌ Schritte eines Ratingprozesses
- ➍ Zielgruppen und Nutzen für die Unternehmenspraxis

Leistungsspektrum Creditreform Rating AG



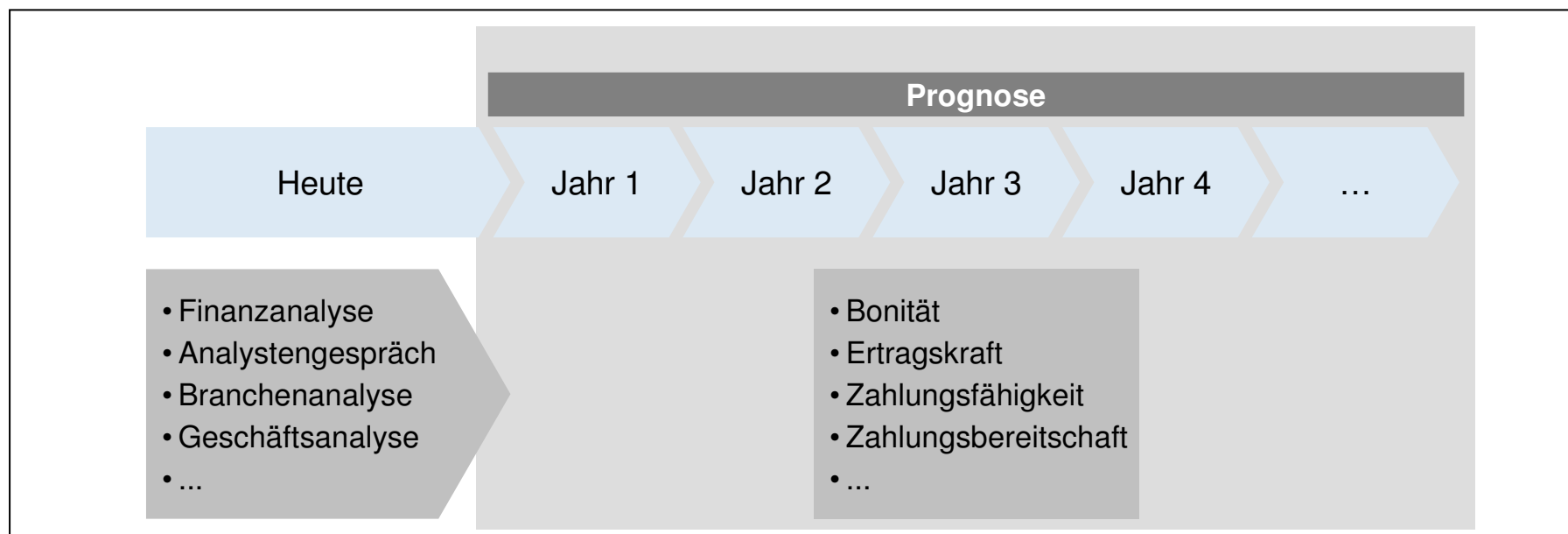
Inhalt

- ① Einleitung
- ② Rating: Inhalt und Aussagekraft
- ③ Schritte eines Ratingprozesses
- ④ Zielgruppen und Nutzen für die Unternehmenspraxis

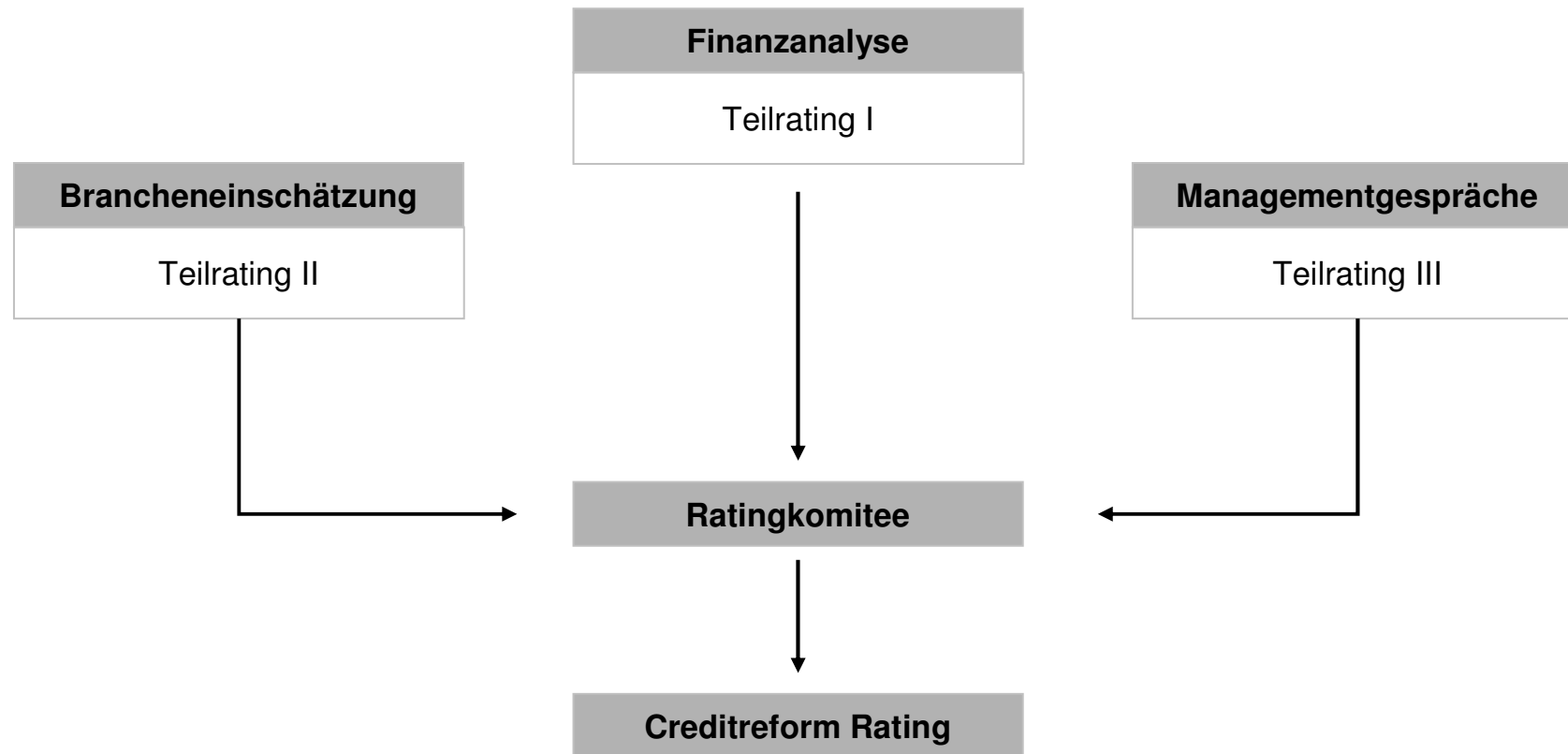
Externes Rating ermöglicht vielfältige Aussagen über ein Unternehmen

Zielsetzung eines Ratings:

- Urteil über die Bonität und Leistungsfähigkeit eines Unternehmens
- Einschätzung darüber, ob das Unternehmen finanzielle Verpflichtungen vollständig und fristgerecht erfüllen wird
- Objektiviertes Meinungsbild eines geschulten Dritten
- Einfache Darstellung und nachvollziehbare Beurteilung
- Ausfallwahrscheinlichkeiten je Ratingklasse erlauben (internationale) Vergleiche



Verschiedene Informationsfelder zur gesamtheitlichen Betrachtung als Ratinggrundlage

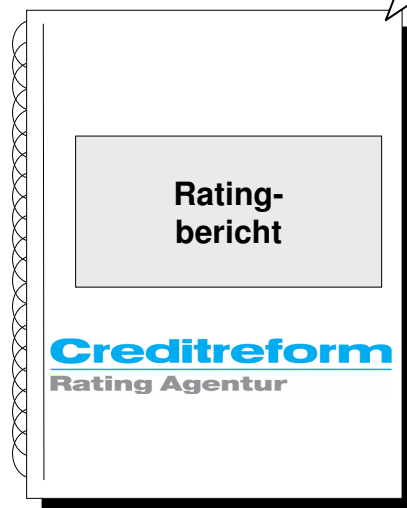


Informationsfelder werden separat analysiert, mittels eines Ratingkomitees geprüft und zu einem Gesamtrating verdichtet.

Rating-Ergebnis steht dem Unternehmen in zwei verschiedenen Versionen zur Verfügung

Das Ratingergebnis besteht aus zwei separaten Teilen:

1. **Rating-Zertifikat:** Ergebnisdokumentation
2. **Rating-Bericht:** Erläuterung und Begründung des Ergebnisses



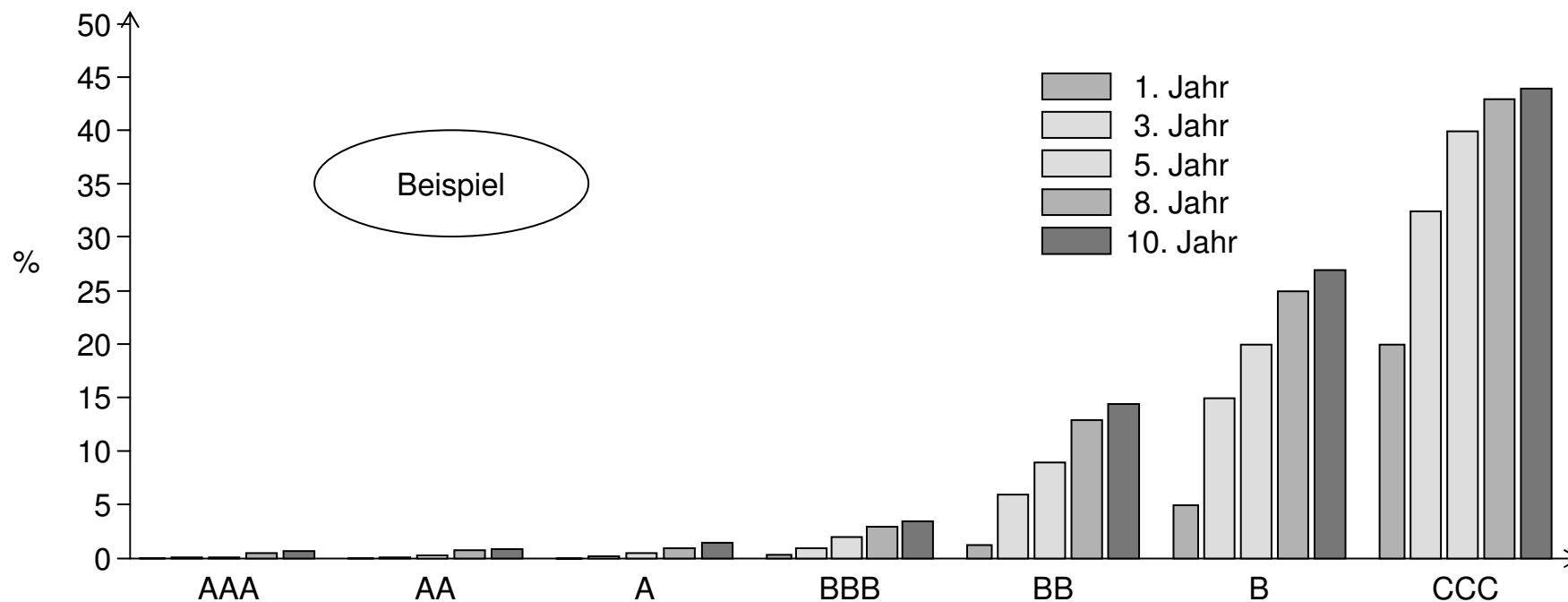
Transparente Aussage in Form der Creditreform Ratingskala

AAA
AA+
AA
AA-
A+
A
A-
BBB+
BBB
BBB-
BB+
BB
BB-
B+
B
B-
CCC
CC
C
D

Rating- klassen	Rating	Erläuterung
AAA	AAA	Beste Bonität, geringstes Insolvenzrisiko
AA	AA+	Sehr gute Bonität, sehr geringes Insolvenzrisiko
	AA	
	AA-	
A	A+	Gute Bonität, geringes Insolvenzrisiko
	A	
	A-	
BBB	BBB+	Stark befriedigende Bonität, mittleres Insolvenzrisiko
	BBB	
	BBB-	
BB	BB+	Befriedigende Bonität, höheres Insolvenzrisiko
	BB	
	BB-	
B	B+	Ausreichende Bonität, hohes Insolvenzrisiko
	B	
	B-	
C	CCC	Kaum ausreichende Bonität, sehr hohes Insolvenzrisiko
	CC	
	C	
D	D	Ungenügende Bonität (Insolvenz, Negativmerkmale)

Ex-ante-Ausfallquote je Ratingklasse gibt Auskunft über die Insolvenzgefahr gerateter Unternehmen

	AAA	AA	A	BBB	BB	B	CCC
1. Jahr	0,00%	0,01%	0,05%	0,35%	1,25%	5,00%	20,00%
3. Jahr	0,05%	0,12%	0,25%	1,00%	6,00%	15,00%	32,50%
5. Jahr	0,10%	0,30%	0,50%	2,00%	9,00%	20,00%	40,00%
8. Jahr	0,50%	0,80%	1,00%	3,00%	13,00%	25,00%	43,00%
10. Jahr	0,70%	0,90%	1,50%	3,50%	14,50%	27,00%	44,00%



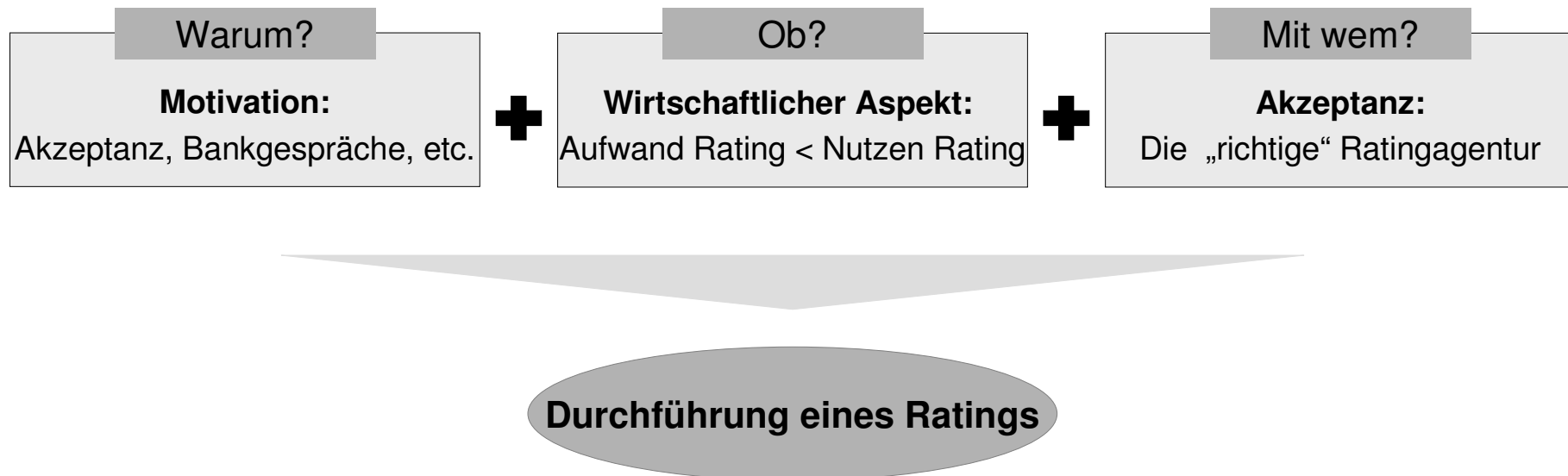
Inhalt

- ❶ Einleitung
- ❷ Rating: Inhalt und Aussagekraft
- ❸ Schritte eines Ratingprozesses
- ❹ Zielgruppen und Nutzen für die Unternehmenspraxis

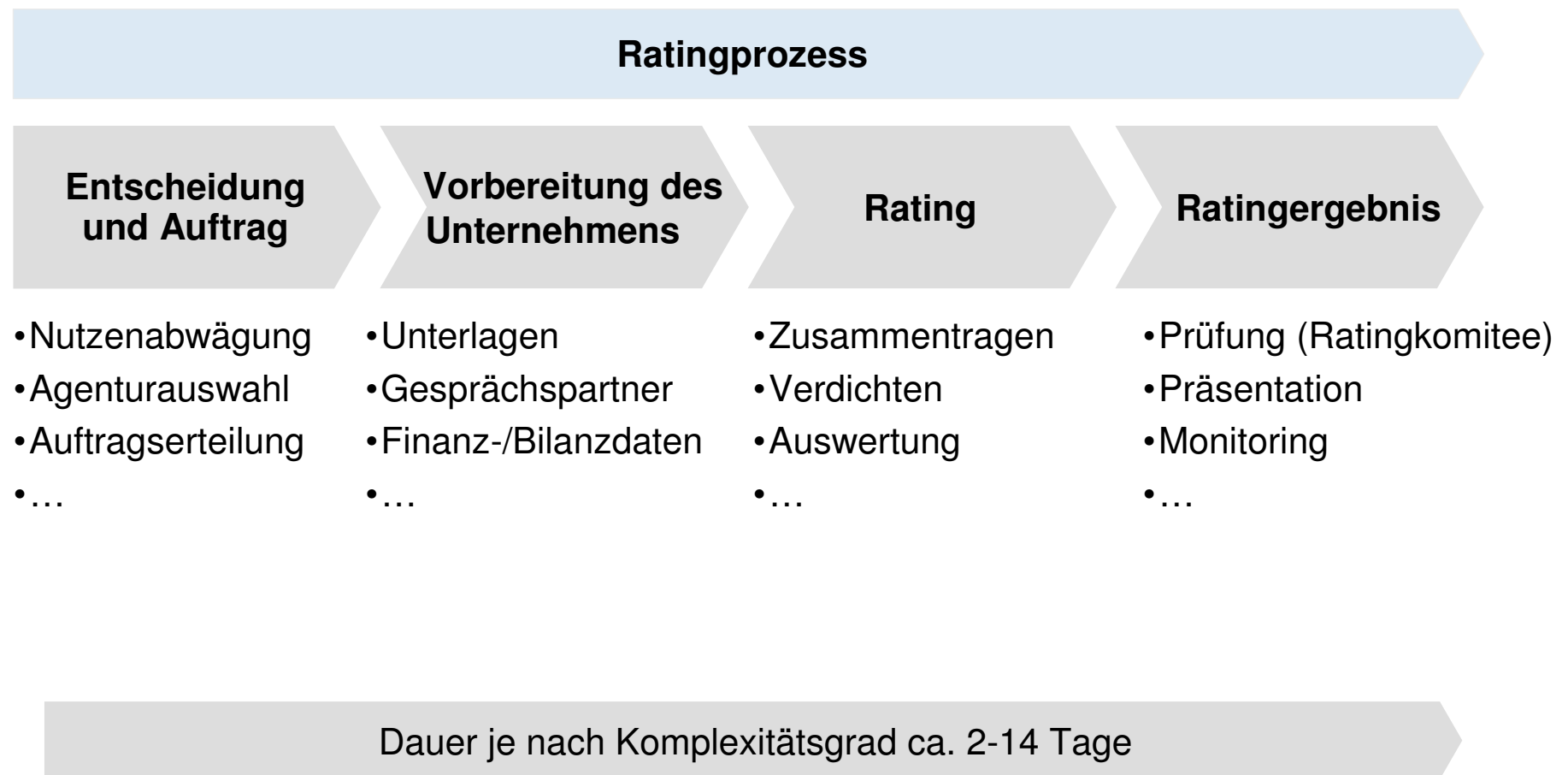
Basis für die Vergabe eines Ratingauftrages von verschiedenen Aspekten abhängig

1 Grundsätzlich gilt: Gleiche Fallkonstellationen müssen zu identischen Bewertungen führen!

2 Bei der Wahl einer Ratingagentur müssen folgende Fragen beantwortet werden:



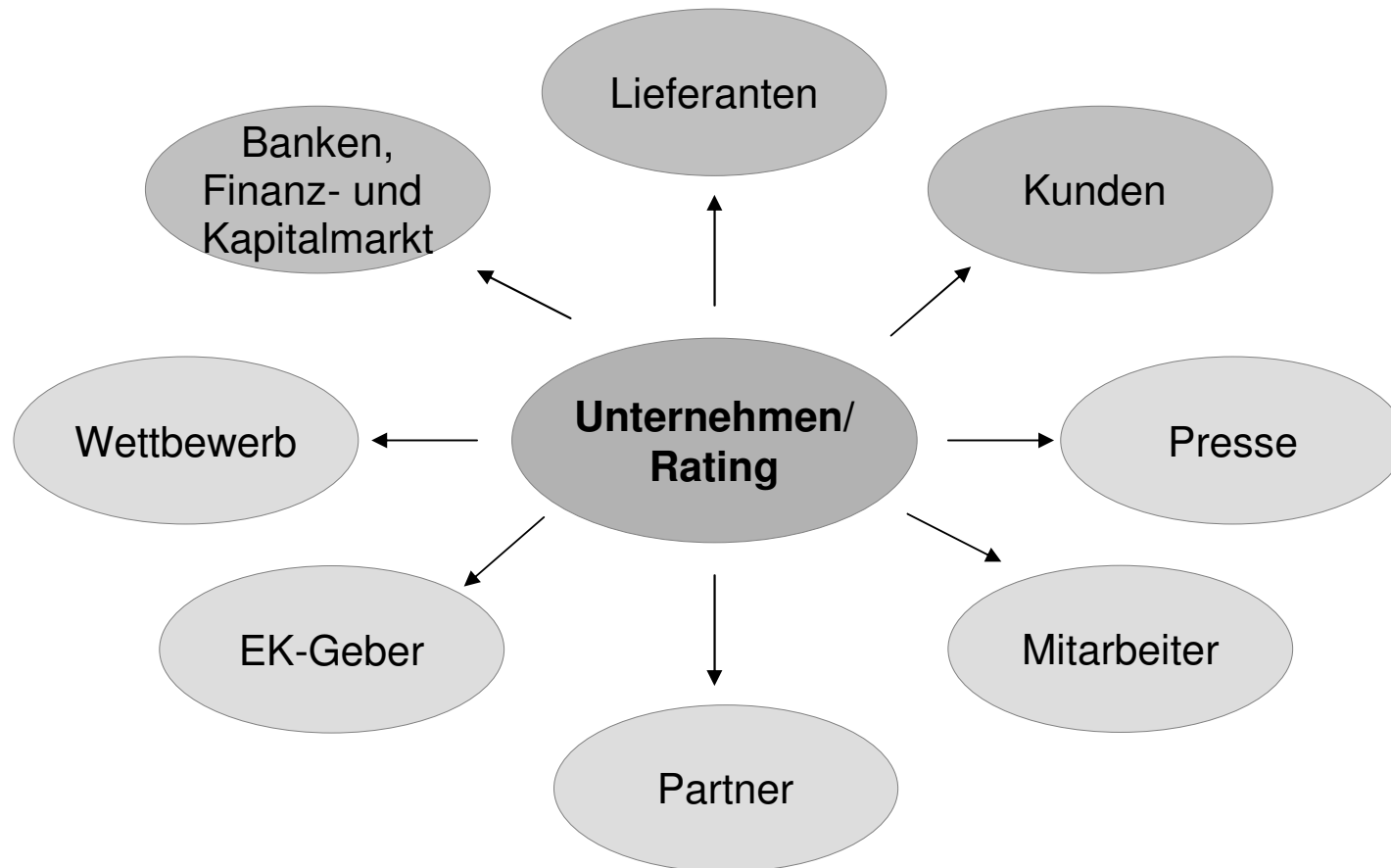
Unternehmensratings in strukturierten Teilschritten durchzuführen



Inhalt

- ❶ Einleitung
- ❷ Rating: Inhalt und Aussagekraft
- ❸ Schritte eines Ratingprozesses
- ❹ Zielgruppen und Nutzen für die Unternehmenspraxis

Unternehmensrating zur erfolgreichen Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen



Primäre Zielgruppe ist von den unternehmensspezifischen Motiven abhängig!

Unternehmensratings werden unabhängig von der Branche und Unternehmensgröße durchgeführt

Beispiele

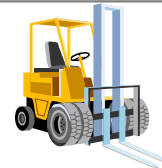
Handel



Automobilwirtschaft



Bauwirtschaft



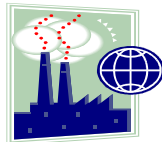
Immobilienwirtschaft



Dienstleistung



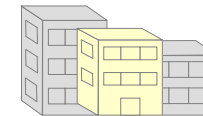
Industrie



Handwerk



Verbundgruppen

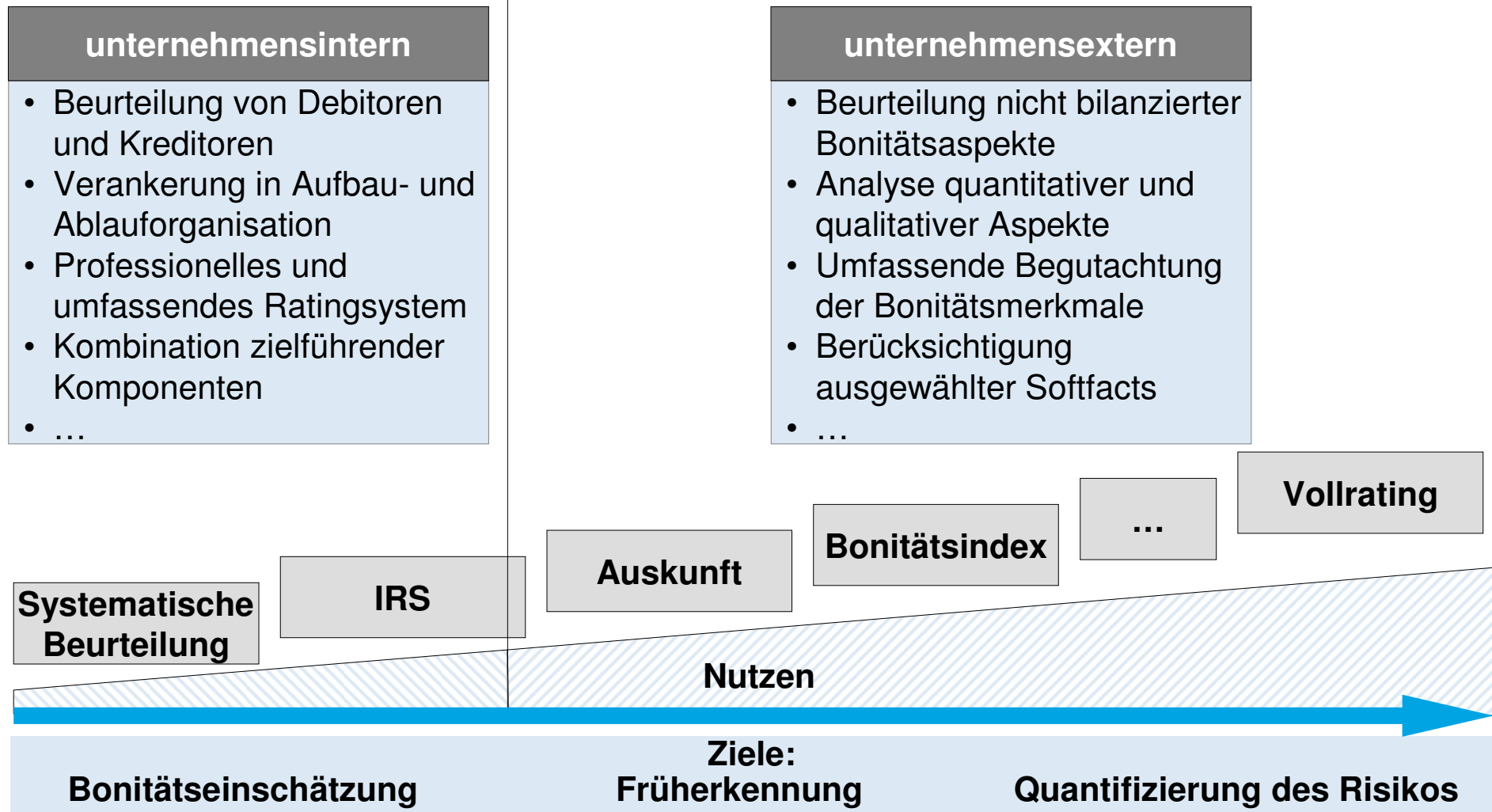


- Heterogene Branchen
- Unterschiedliche Geschäftsmodelle
- Jahresabschlussausprägungen
- ...




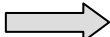
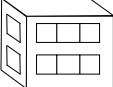

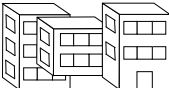


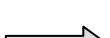


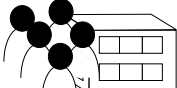





- Branchenkenntnisse
- Flexibilität
- Erfahrung
- ...

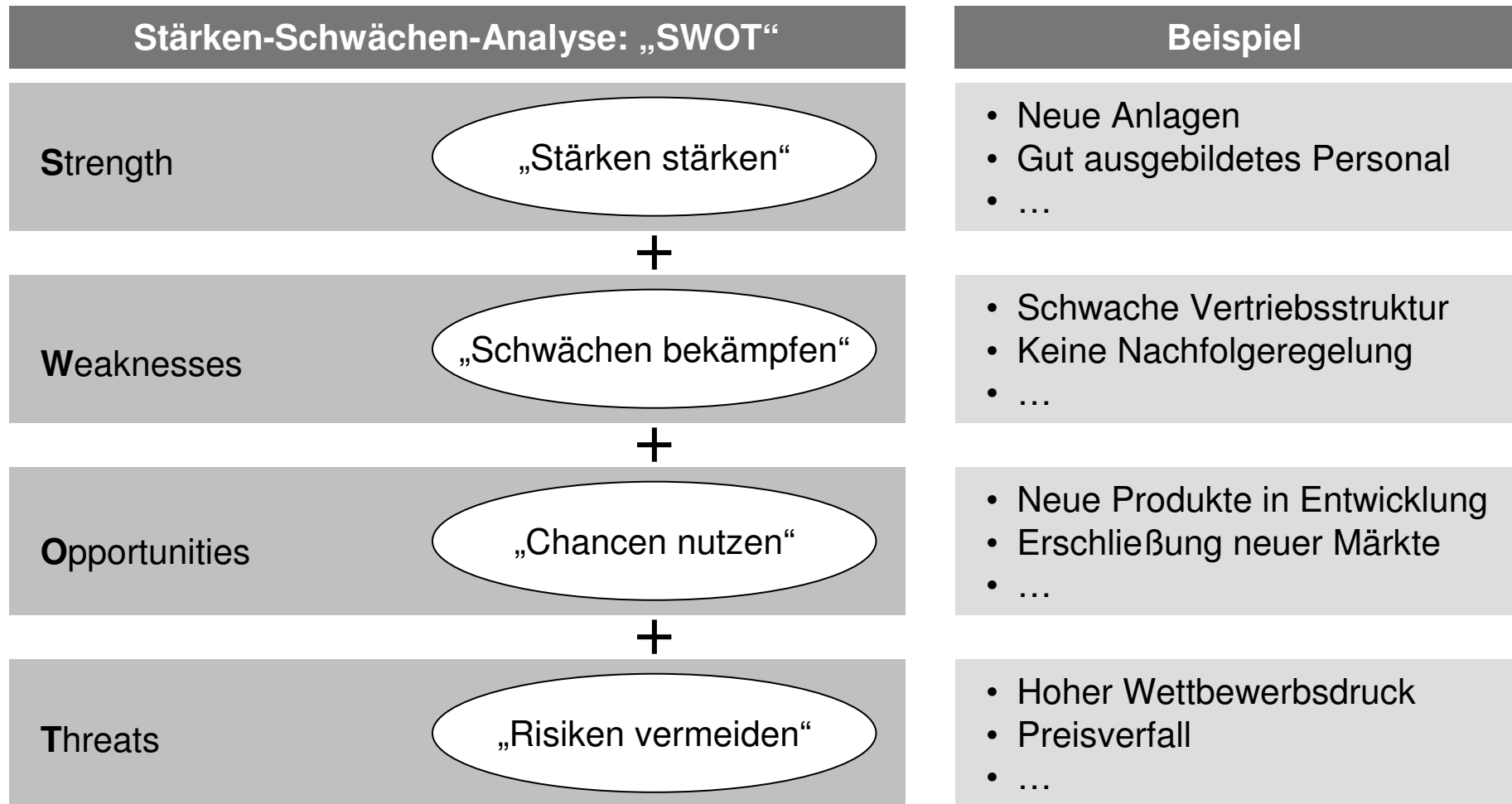
Unternehmensinterne und -externe Ratingansätze gewährleisten vollständige Bonitätsbeurteilung



Rating – Hoher Nutzen nicht nur zur Bonitätsbeurteilung

Bereich	Vorteile
Banken, Finanz- und Kapitalmarkt 	 Erschließung alternativer Finanzierungsquellen
Kunden 	 Gewinnung/Festigung von Kundenbeziehungen
Lieferanten 	 Stärkung der Position bei Nachunternehmern
Mitbewerber 	 Vergleich (Benchmark) mit Konkurrenten
Mitarbeiter 	 Gewinnung und Bindung von Mitarbeitern
Presse 	 Verbesserung von Außendarstellung/Image
Partner 	 Vorteile bei neuen Geschäftsbeziehungen
Börse 	 Kurssteigerungen bei Rating-Verbesserungen

Auf Basis eines Ratings lassen sich SWOT-Analysen im Unternehmen durchführen



Haben Sie noch Fragen?

Kontakt Creditreform Rating AG
CCS – Creditreform Consulting Services
Hellersbergstr. 12, 41460 Neuss
Dr. Dirk Thiel

phone 02131/109-613
email d.thiel@creditreform-rating.de



Creditreform
Rating Agentur

