

KREDIT & RATING PRAXIS

Zeitschrift der Finanzspezialisten

Auszug aus Kredit & Rating Praxis 2/2006, Seite 12–13

RATING-Gespräche

Die Kommunikation des Ratingindexes als Chance für Finanzier und Kunde

Karin H. Schleines

Die Frage nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten wird immer lauter, haben sich die Kreditvergabemöglichkeiten der Banken wegen Richtlinien wie etwa «Basel II» enorm verändert. Darüber hinaus ist bei Finanziers das Rating sehr verankert, gilt es doch, sich ein vollumfängliches Bild über die Bonität des Kunden zu verschaffen. Zwar sehen sich einige mittelständische Unternehmen in der Opferrolle mit kritischem Blick auf Kreditinstitute und Investoren, andererseits sehen einige andere Unternehmen, die auch ein externes Rating erstellen lassen, in der Veröffentlichung des Ratingindexes eine ideale Basis zur Kommunikation mit Banken und Investoren, möchte man doch Transparenz zeigen. Gerade diese offene Haltung ist sowohl für Kunde und Finanzier von großer Bedeutung. Daher wird auch dem Ratinggespräch als solchem immer mehr Aufmerksamkeit geschenkt und erfordert im Alltag viel Fingerspitzengefühl von beiden Seiten.

Unterschiedliche Zielsetzungen und Beurteilungen können zu Konflikten der Geschäftspartner untereinander führen. Daher ist es unumgänglich, die Interessenlage beider Seiten zu reflektieren. Die Kommunikation des Ratings im Gespräch Finanzier-Kunde sollte dabei immer als Chance für beide Seiten gesehen werden.

Gerade kleine und mittlere Betriebe müssen viel daran setzen, dass sich «Basel II» auf ihr Rating nicht negativ auswirkt. Da das Rating als Entscheidungsgrundlage für eine Kreditvergabe oder -prolongation dient, möchte keiner eine Verschlechterung der Konditionen in Kauf

 **Abbildung 1**

	Konditionen	Einschätzung Bonität	Bearbeitung
Kunde	<ul style="list-style-type: none"> • so günstig wie möglich wenige Sicherheiten 	<ul style="list-style-type: none"> • eigene Einschätzung • Einschätzung Rating-Advisor • eigene Bewertung Sicherheiten 	<ul style="list-style-type: none"> • zügig • wenig Unterlagen
Finanzier	<ul style="list-style-type: none"> • Risikoorientierung • Ertragsorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Rating (neben quantitativen auch qualitative Aspekte) • bankmäßige Bewertung Sicherheiten 	<ul style="list-style-type: none"> • rechtliche Vorschriften • interne Richtlinien • umfassende Prüfung

nehmen. Trotz guter Bonität kann dennoch aufgrund mangelhafter eingereichter Unterlagen ein Unternehmen im bankinternen Rating dennoch nicht so «gut» abgebildet werden, wie es sich aktuell selbst einschätzt. Aus diesem Grunde werden die meisten Unternehmen immer mehr den Anforderungen der Finanziers gerecht, eine gut aufgebaute Zusammenstellung der geforderten Unterlagen inklusive realistischer Planzahlen – auch unterjährig – einzureichen und auf diese Weise Transparenz zu zeigen.

Ein Ratinggespräch mit dem Finanzier aus Sicht des Kunden ist lohnenswert und erhöht seine Wertigkeit, wenn Rating als Instrument der Unternehmenssteuerung betrachtet wird. Stärken und Schwächen können frühzeitig erkannt und somit auch behoben werden.

Klare Ziele, unternehmensinternes Risiko-Controlling sowie eine realistische Planung sind wichtige Punkte, um ein Rating umzusetzen.

Aus Sicht des Finanziers schafft ein Unternehmen, das sich mit seinem Rating offensiv auseinandersetzt und den Anforderungen des Kapitalgebers an Transparenz



nachkommt, die Grundlage für eine weitere intensive Zusammenarbeit.

Durch offenen Dialog der beiden Geschäftspartner und regelmäßigen Informationsfluss – von beiden Seiten – wird Vertrauen gefördert, was zu einer gesunden Geschäftsbeziehung gehört.

So ist es empfehlenswert- neben einem Kreditgespräch – ein gesondertes Ratinggespräch zu führen, weil – regelmäßig durchgeführt – dies eine Basis für wichtige Unternehmensentscheidungen sein kann und auf Kundenseite Akzeptanz für das Rating der Bank schafft.

Der Kunde lernt im Gespräch mit seinem Finanzier den Ratingprozess, den Nutzen für beide Seiten und die



Autorin



Karin H. Schleines, Wiesbaden, ist selbständige Unternehmensberaterin (Tätigkeitsschwerpunkte: Beratung und Dienstleistungen für Banken im Geschäftsfeld Kreditüberwachung, Sanierung, Abwicklung sowie Beratung von kleineren Unternehmen, insbesondere in Bezug auf Fördermittel, Finanzierungsstrategien, Rating, Forderungs- und Risikomanagement)

info@schleines.de www.schleines.de



Abbildung 2: Vorbereitung Rating-Gespräch

- > Unternehmensdaten
Branchenauswertungen, Rating
Qualität der Geschäftsbeziehung
- > Persönliche Vorbereitung
Person Verhandlungspartner
- > Zusammenstellung Gesprächsunterlagen
- > Gesprächsziel und Gesprächsstrategie festlegen

© Copyright by Rek & Thomas Medien AG, St.Gallen

Preisbildung des Geschäftspartners «Bank» besser kennen. Ein Gespräch wird dann immer mehr für ihn zum «Service des Hauses» gehören.

Für den Finanzier bedeutet dies in Bezug auf Betreuungskompetenz auch eine weitere Herausforderung. Ein Ratinggespräch beinhaltet nämlich auch die Chance, Standards in der Betreuungsqualität zu setzen und eventuell den Kundenservice zu optimieren, was durch den Einsatz EDV-technischer CRM-Systeme unterstützt werden kann.



Abbildung 3



Das Ratinggespräch wird somit Teil des Kundenbeziehungsmanagements. <