

Bonitäts- und Ratingberatung: Warum Sie Ihre Rating kennen sollten



Das Rating ist alles. Wer den nächsten Gang zu einer Bank plant, sollte mit einer guten Rating dort hingehen – das verbessert die Chancen auf Kredite und bringt günstige Konditionen. Eine Möglichkeit, die eigene Note zu kennen, ist ein „Rating“ mit Hilfe eines externen Beraters.

Mittelständler wissen nach wie vor wenig über Rating. Eine Umfrage der Kreditanstalt für Wiederaufbau ergab jetzt, dass fast 50 Prozent aller befragten Unternehmen ihre Rating nicht kennen und auch mehr nicht wissen, welche Ratingkriterien bei der Bewertung geltend gemacht werden. Ausschlaggebend bei den neuen Kreditrichtlinien nach Basel II ist die Rating der Kreditinstitute. Sie sagt aus, wie zukunftsfähig ein Unternehmen ist. Berücksichtigt werden beispielsweise die Qualität des Managements, die Existenz von Strategien und Visionen, die Ausrichtung von Organisation und Strukturen und die Produktions- und Leistungsprozesse.

Es ist oft ein Teufelskreis: Je schlechter das Ratingergebnis, desto größer ist die Pflicht der Kreditinstitute, mehr Eigenkapital zu fordern. Die dadurch erhöhten Kosten schlagen sich deutlich auf den Kreditzins des Kunden nieder. Umgekehrt wirkt sich allerdings ein gutes Ratingergebnis positiv auf den Kreditzins des Kunden aus. Und das ist Ihre Chance – denn das Ratingergebnis Ihres Unternehmens bestimmen Sie maßgeblich mit.



Ihre Chance: Überprüfen Sie Ihr Unternehmen selbst

Die neuen Richtlinien stellen auch die Banken vor viele Fragen und Unsicherheiten. Je besser also das Unternehmen die eigene Situation darstellt, desto leichter tut sich die Bank mit der Beurteilung bzw. mit dem Rating. Als positiver Nebeneffekt ist dabei die Selbstüberprüfung zu sehen, die von Mittelständlern häufig vernachlässigt wird.

Die intensive Vorbereitung auf die Bankgespräche seitens der Unternehmen lohnt sich. Dabei kann die neutrale Sichtweise eines externen Beraters helfen. Die umfassende Voruntersuchung des Unternehmens auf alle Ratingkriterien wird als Rating bezeichnet. Durch ein Rating werden die „Stellschrauben“ des Ratingergebnisses und damit das Verbesserungspotenzial für das Unternehmen aufgezeigt. Und zwar zum Zeitpunkt vor dem Ratingurteil Ihrer Bank! So kann frühzeitig und effektiv auf das Ratingergebnis der Bank positiv Einfluss genommen werden. Darüber hinaus hilft der Ratingberater bei der Umsetzungsplanung und im sicheren Umgang mit den Kreditinstituten durch Gesprächsvorbereitung und -begleitung, um Risiko- und Zinszuschläge zu vermeiden.

Wie ein Rating / Abschlussanalyse abläuft

Der Rating Prozess gliedert sich in vier Phasen: 1. Abschlussanalyse 2. Interviews 3. Berechnung der Bonitätsklasse und Auswertung der Ergebnisse 4. Managementpräsentation

Die Ergebnisse des Ratings machen Stärken und Schwächen deutlich. Das Management kann dann gezielte Aktivitäten ergreifen, um die Schwächen auszumerzen. Das kann sich sehr positiv auf die bevorstehenden Bankverhandlungen auswirken. Viele Unternehmen haben mit Ratings schon gute Erfahrungen gemacht und berichten, durch dieses Vorgehen die Banken viel leichter von der Transparenz des Unternehmens überzeugen zu können. Der Lohn: deutlich bessere Kreditkonditionen.

KMU Ratgeber AG

Im Ifang 16
CH-8307 Effretikon

Telefon: +41 52 740 11 11 Email: info@kmuratgeber.ch



Ratingbereiche und ausgewählte Fragen:

Jahresrechnung, Finanzen

Wussten Sie, dass die Abgabefrist für den Jahresabschluss und Abgabe laufender Quartalsberichte sehr wichtig sind?

Wie entwickeln sich Ihre Finanzkennzahlen?

- Rentabilität
- Liquidität
- Finanzierung

Wie entwickeln sich die Finanzkennzahlen im Vergleich zur Branche?

Welche Faktoren beeinflussen die Cashflow-Rendite?

Nach welchen Grundsätzen erstellen Sie die Jahresrechnung?

- OR
- Swiss GAAP FER

Rechnungswesen und Controlling

Existiert in Ihrem Unternehmen eine Finanz- u. Liquiditätsplanung und wie hoch ist der Erfüllungsgrad?

Reichen Sie die Budgets bei der Bank ein? Ist hieraus ein klarer Planungsprozess erkennbar?

Inwieweit liegt eine Investitionsplanrechnung vor?

Berechnen Sie Deckungsbeiträge, Preisuntergrenzen und Break-Even-Points durchgängig. Wie gut ist Ihre Nachkalkulation ausgebaut?

Wie gut ist das unterjährige, interne Berichtswesen?

Entsprechen Ihr Warenwirtschaftssystem und die Finanzbuchhaltung einem integrierten System?

Verfügt Ihr Unternehmen über ein Risikofrüherkennungssystem?

Geschäftsmodell

Wie beurteilen Sie Ihr Warensortiment? Ist das Sortiment markt- u. konkurrenzfähig?

Wie ist Ihre Marktposition?

Besitzen Sie Alleinstellungsmerkmale? Wie wettbewerbsfähig sind Sie gegenüber Ihren Konkurrenten?

Bestehen für Ihren Markt Eintrittsbarrieren?

Wie ist Ihre Branchenrentabilität? Wie hoch ist die Innovationsgeschwindigkeit in Ihrer Branche?

Kunden und Lieferanten

Wie hoch ist der Auftragsbestand und die Bonität Ihrer Kunden?

Haben Sie eine ABC-Analyse Ihrer Kunden und Lieferanten erstellt? Existiert ein Kundenportfolio?

Wie leistungsfähig sind Ihre Lieferanten?

Sind Sie abhängig von wenigen Kunden und Lieferanten?

Management und Organisation

Ist die Firmenstrategie klar definiert?
Kennen Sie die Effizienz Ihrer Aufbau- und Ablauforganisation?
Sind die Kommunikationsprozesse klar geregelt?
Wie beurteilen Sie die fachliche und persönliche Qualifikation Ihres Managements?
Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter?
Bestehen Abhängigkeiten von einzelnen Führungspersönlichkeiten?
Wie hoch ist die Fluktuation beim Führungspersonal? Besteht eine Notfallplanung?
Ist eine Nachfolgeregelung definiert?

Mitarbeiter

Wie fördern Sie die Qualifizierung von Mitarbeitern? Werden regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen initiiert?
Wie hoch ist die Mitarbeiterzufriedenheit? Wie empfinden Sie das Betriebsklima in Ihrem Unternehmen?
Haben Sie Probleme in der Personalbeschaffung?

Produktions- und Leistungsprozesse

Wie alt sind Ihre IT und Produktionsanlagen?
Ist Ihr Qualitätsmanagement zeitgerecht?
Wie hoch ist Ihre Fehlerquote?
Wie überbrücken Sie Engpässe?

Marketing und Vertrieb

Verfügen Sie über ein Marketingkonzept?
Kennen Sie die Benchmarks Ihrer Branche?
Wie effektiv bezogen auf Anfragen arbeitet Ihr Vertrieb?
Setzen Sie ein Vertriebssteuerungssystem ein?
Wie werden Kundenbeschwerden bearbeitet?
Wie ist Ihr After-Sales-Service organisiert?

***Anmerkung:**

Diese Aufstellung ist ein Auszug und besitzt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es ist ausserdem zu beachten, dass keine Norm für einheitliche Ratingkriterien existiert. Die Kriterien können somit je nach Kreditinstitut oder Ratingagentur abweichen.

