

Bevor die Ampel auf Rot springt

Der VDA bietet seinen Mitgliedern kostenlos ein Ratingtool an. Es kann Mittelständlern frühzeitig ihre Schwachstellen zeigen und Verhandlungen mit Banken erleichtern.

Viele Automobilzulieferer sind dank des Outsourcing-Trends in den neunziger Jahren rasant gewachsen. Doch rasches Wachstum bedeutet auch höheren Kapitalbedarf zur Vorfinanzierung neuer Produkte und Aufträge. Hier hakt es bei vielen Mittelständlern. Hinzu kommt, dass die geplanten Eigenkapitalregeln nach Basel II Ratings erfordern.

Viele Lieferanten sind zwischen den Kreditvorgaben nach Basel II und den Preisvorgaben der Abnehmer geradezu eingezwängt. „Der Wettbewerbsdruck ist hoch“, konstatiert VDA-Präsident Bernd Gottschalk. „Aber wir halten es für unangemessen, wenn Banken allein deshalb Zulieferer beim Rating automatisch abwerten.“

Der VDA hat aus dieser Situation Konsequenzen gezogen. Er beauftragte die Reutlinger Ratingexperten von Prof. Dr. Schneck Rating, zusammen mit dem Verband ein Ratingtool zu entwickeln. Es soll den VDA-Mitgliedern ermöglichen, ihr Unternehmen unter Rating- und Benchmark-Aspekten zu führen.

Außerdem soll die Software die bestehenden Controlling-Aktivitäten

ergänzen. Da sich viele kleine und mittlere Unternehmen ein teures externes Rating nicht leisten können oder wollen, stellt der Verband seinen Mitgliedern das Tool kostenlos zur Verfügung. „Dies erfolgt über den Versand der CD mit zusätzlichen Erläuterungen und Informationen“, erklärt Gottschalk. Um diesen Service bestmöglich zu nutzen, empfiehlt der VDA, im Unternehmen einen Rating-Verantwortlichen zu benennen – in der Regel wird dies der Finanzchef sein.

Finanzierungslücke schließen

Die Software hilft VDA-Mitgliedern, sich gegenüber Banken und Kunden besser einzuschätzen. Zudem soll es helfen, die Finanzierungslücke in der Automobilindustrie zu beheben und eine nachhaltige Unternehmensfinanzierung sicherzustellen.

Das VDA-Ratingtool setzt auf das am Lehrstuhl von Ottmar Schneck entwickelte Rating-Konzept „R-Cockpit“ auf. Schneck ist Professor für Banking, Finance and Rating an der European School of Business (ESB) in Reutlingen.



Fotos: Archiv



Foto: Prof. Dr. Schneck Ratings

Ottmar Schneck, Gründer von Prof. Dr. Schneck Ratings: „Die qualitativen Rating-Kriterien erhebt ein Analyseteam vor Ort.“

Das „R-Cockpit“ wurde entsprechend der Marktgegebenheiten in der Automobilindustrie modifiziert. Paul Morgenthaler, Geschäftsführer von Prof. Dr. Schneck Rating, erklärt dazu: „Wir berücksichtigen beispielsweise das Kräfteverhältnis zwischen OEM und Zulieferern, den Grad der Abhängigkeit von Lieferanten und Kunden oder bestimmte Alleinstellungsmerkmale.“

Wichtig sei auch die Frage, inwieweit ein Unternehmen über einen technologischen Vorsprung verfüge oder ob die finanzielle Flexibilität eingeschränkt sei. Ein Ratingurteil basiere, so betont Unternehmensgründer Schneck, auf quantitativen und qualitativen Kriterien, die sich wie in einem Kreislauf gegenseitig ergänzten (siehe auch Übersicht auf S. 18). „Die quantitativen Kriterien bilden die Geschäftstätigkeit eines Unter-

nehmens ab und sind bei der Analyse der kurz- und mittelfristigen Vergangenheit hilfreich. Die qualitativen Kriterien stellen das individuelle Risikoprofil eines Unternehmens dar.“

Problem Objektivität

Das Rating komplett in Eigenarbeit zu erstellen, ist zwar möglich, aber nicht unbedingt sinnvoll. Denn die qualitativen Kriterien sind schwer messbar und sie werden im eigenen Haus nur selten objektiv bewertet. Prof. Dr. Schneck Rating bietet VDA-Mitgliedern deshalb eine solche Bewertung zu Sonderkonditionen an. Je nach Aufwand und Unternehmensgröße liegt der Preis zwischen 4 000 und 15 000 Euro – nicht wenig, aber anderswo sind solche Dienstleistungen kaum unter 30 000 Euro zu bekommen.

Prof. Dr. Schneck Rating bewertet die qualitativen Aspekte in fünf Bereichen (siehe Kasten rechts unten). „Innerhalb dieser Bereiche bewerten wir insgesamt elf Ratingkriterien, die dann – basierend auf den identifizierten Stärken und Schwächen – in ein Punktbewertungssystem eingehen“, erklärt Geschäftsführer Morgenthaler.

Die Daten werden in das Ratingtool eingegeben, das eine entsprechende Note erstellt. Außerdem erhält jeder Anwender nach Beantwortung der Fragen eine rund 30-seitige Auswertung, die die Unternehmenssituation widerspiegelt.

Frühwarnfunktion

Fällt die Ratingnote mäßig aus, sind Konsequenzen fällig. „Das Tool hat eine Frühwarnfunktion“, erläutert Ralf Kalmbach, Managing

Director und Automobilexperte bei der Münchner Unternehmensberatung Mercer. Das sei wie bei einer Ampel: „Die Schwachstellen stehen auf ‚rot‘ und zeigen, dass hier akuter Handlungsbedarf besteht.“

Wolfgang Rempe, Geschäftsstellenleiter Rating Services beim TÜV Rheinland, ergänzt: „Für uns ist außerdem wichtig, dass das Tool transparent macht, welche Informationen für das Rating relevant sind.“ Durch diese Vorbereitung erhielten Unternehmen die Chance auf ein besseres Ratingergebnis – und damit auch auf bessere Finanzierungsmöglichkeiten bei Banken.

Denn mögliche Investoren können mit einem solchen standardisierten Rating die Risiken besser einschätzen. Und sie müssen nicht ganz so intensiv Berge von Unternehmensberichten auf mögliche Leichen im Keller untersuchen.

„Dadurch, dass das Tool einen einheitlichen Maßstab für die Branche definiert, wird Transparenz geschaffen“, betont Morgenthaler. Dass der VDA mit seiner Entscheidung für ein Ratinginstrument auf dem richtigen Weg ist, zeigt das Interesse verschiedener Banken. Diese fragten bereits an, ob sie das Tool nutzen könnten.

Michael W. Hummel



Kriterien beim Rating

Qualitative Kriterien

- Vermögenslage
- Ertragslage
- Finanzlage

Quantitative Kriterien

- Branchen-, Produkt- und Marktstellung, z.B. Kundentreue, Kundenabhängigkeit, Qualitätsführerschaft, weltweite Marktpräsenz
- interne Wertschöpfung
- Managementqualität und Unternehmensstrategie
- Controlling und Planung
- Finanzpolitik

Externes versus internes Rating

	Bank-Rating	Agentur-Rating
ausführende Person	Firmenkundenbetreuer	Branchenanalyst
Transparenz	gering	hoch
Kodifizierung	bankeigener Code	internationaler Standard-Code
Veröffentlichbarkeit	nein	auf Wunsch
Nutzen	nur für Bonitätseinstufung	vielseitig verwendbar
Kosten in Euro	500 - 7 500 Euro	5 000 - 50 000 Euro
Umfang der Analyse	auf Bonität begrenzt	umfangreiche Unternehmensanalyse
Durchführung	verpflichtend	freiwillig

Quelle: »Automobil Industrie«

Grafik: AUTOMOBIL