

Rüstzeug für Gespräche mit Banken

GWA und Rating-Firma Schneck statten Verbandsmitglieder mit einem Tool aus, mit dem die **Bonität** von Agenturen ermittelt werden kann

Was haben Bertelsmann, die Deutsche Telekom, Daimler-Chrysler und die Stuttgarter Werbeagentur Die Crew gemeinsam? Ein Rating von BBB+. Der kleine, aber entscheidende Unterschied: Das Siegel für die Großkonzerne kommt von der international anerkannten Adresse Standard + Poor's, die Einstufung der Crew basiert auf dem Verfahren, das der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA gemeinsam mit der Rating-Firma Professor Schneck in Reutlingen entwickelt hat (HORIZONT 32/2003).

Seit dieser Woche können sich alle GWA-Agenturen einstufen – mithilfe einer speziellen Rating-Software, die der Verband seinen Mitgliedsfirmen kostenlos zur Verfügung stellt. Basis ist ein Beschluss der Mitgliederversammlung vom Herbst vorigen Jahres, durch den das sechsstellige Budget für das Projekt freigegeben wurde.

Hintergrund für die Bemühungen von GWA-Vize Gerhard Mutter sind die unter dem Schlagwort Basel II bekannt gewordenen veränderten Eigenkapitalvorschriften der Banken. Die neuen Regeln sollen das Risiko der Institute minimieren. Die Folge: Eigenkapitalschwache Firmen dürften es künftig schwer haben, an günstige Kredite zu kommen. Für Agenturen wird es also immer wichtiger, ihre Bonität nachzuweisen.

Um die Zahlungsfähigkeit von Firmen zu überprüfen, haben die meisten Banken bereits damit begonnen, ihre Kunden zu raten. Laut GWA-Vize Mutter gehen sie dabei aber kaum auf die Besonderheiten einzelner Wirtschaftszweige ein. Zudem bestünden Vorurteile gegenüber der Kommunikationsbranche, die sich auf die Bereitschaft zur Kreditvergabe auswirkten. Hier soll das GWA-Rating Abhilfe schaffen. „Mit diesem Instrument wollen wir versuchen, für unsere Branche Standards zu setzen – bevor es andere tun, die weniger von unserem Geschäft verstehen“, so Mutter. Erste Gespräche mit den Banken seien positiv verlaufen. „Die sind durchaus bereit, unser Modell in ihre Bewertungen einfließen zu lassen.“

Offiziell darauf angesprochen, reagieren die Banken jedoch zurückhaltend: „Wir haben unser eigenes Rating bereits auf die Belange kleiner und mittelständischer Unternehmen ausgerichtet“, erklärt eine Sprecherin des Bundesverbands der Deutschen Volks- und Raiffeisenbanken. Auch beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband vertraut man auf das eigene Know-how: „Unser Rating beruht auf einer umfassenden Datenbasis und lässt eine branchenindividuelle Beurteilung zu.“



GWA-Vizepräsident Gerhard Mutter will das Rating als Gütesiegel etablieren

Das GWA-Rating besteht aus drei Modulen. Baustein 1 ist das jetzt ausgelieferte Software-Paket, mit dem sich jede Agentur selbst raten kann. Im nächsten Schritt (Modul 2) erarbeitet die Firma Schneck ein kostenpflichtiges Rating-Gutachten. Modul 3 umfasst die ebenfalls kostenpflichtige Erstellung einer Rating-Präsentation für Banken (siehe Kasten). Eingang in die Bewertung finden qualitative Faktoren und hartes Zahlenmaterial. Bei den weichen Faktoren werden berücksichtigt:

- Branche, Leistungen und Marktstellung einer Agentur
- Kundenbeziehungen
- Strategie, Unternehmensführung und Personalpolitik
- interne Wertschöpfung
- Planung und Steuerung
- Kontodaten/Finanzpolitik

Die Ergebnisse aus diesen Bereichen werden nach einem speziell für die Agenturbranche entwickelten Schlüssel gewichtet. So hat die Qualität der Kundenbeziehungen einen höheren Stellenwert als Faktoren der internen Wertschöpfung wie Einkauf und Produktion. Die ermittelte Note (z.B. A) fließt später in die Gesamtbeurteilung ein – je nach Ergebnis des quantitativen Bilanz-Ratings mit 30 bis 50 Prozent.

Bei den harten Zahlen werden – wie bei anderen Firmen auch – die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage überprüft. Dabei werden die vergangenen drei Jahre berücksichtigt und im Verhältnis 60 zu 30 zu 10 gewichtet. Auch hieraus resultiert eine Note, z.B. BBB-, die zusammen mit der Note A aus dem

qualitativen Teil zur Gesamtbeurteilung BBB+ führt. Eine inhabergeführte Agentur kann maximal die Bewertung A erreichen, für Networks ist theoretisch auch ein AA möglich.

GWA-Vize Mutter weist neben der Bedeutung des Ratings für Gespräche mit Banken und potenziellen Investoren auf eine weitere Funktion hin. So könnten im Ratingprozess aufgedeckte Schwachstellen optimiert werden. Dafür bietet der Verband spezielle Coaching-Partner an. „Es handelt sich also nicht um ein reines Kredit-Rating, sondern um ein ganzheitliches Unternehmens-Rating zur Agentursteuerung“, erklärt Mutter. Er geht davon aus, dass in einem ersten Schritt etwa 30 Verbandsmitglieder das Angebot annehmen werden.

Darüber hinaus will der GWA das Rating als Qualitätssiegel etablieren. Es soll zu einer festen Größe für die Zusammenarbeit von Agenturen mit Kunden, Dienstleistern und Lieferanten

werden. Aus diesem Grund ist Mutter auch davon überzeugt, dass sich die internationalen Networks beteiligen werden – selbst wenn Sie über ihre Holdings geratet sind und derzeit sowieso keine Bilanzzahlen nennen dürfen. „Künftig werden alle Kunden fragen, wie eine Agentur geratet ist – und zwar in Deutschland.“

Mehrdad Amirkhizi

Rating-Baukasten

- **Modul 1:** Software-Tool zum selbstständigen raten. Preis: Für GWA-Mitglieder kostenlos, für Nicht-Mitglieder 2900 Euro.
- **Modul 2:** Rating-Gutachten von Schneck. Preis: je nach Agenturgröße zwischen 3800 und 6800 Euro (GWA-Mitglieder).
- **Modul 3:** Rating-Präsentation. Preis: Je nach Agenturgröße 2500 bis 3500 Euro (GWA-Mitglieder)

Anzeige

In Frankfurt gehen Gewürzgurken in die Spätschicht.

Die meisten internationalen Produktkampagnen aus Deutschland werden in Frankfurts Werbeagenturen entwickelt. Wenn es sein muss, sogar bis spät in die Nacht.

IDEEN AM MAIN

WERBESTADT-FRANKFURT.DE

Kategorien für das GWA-Rating

Bewertung*	Risikokategorie	Kreditausfallrate**	Beispielunternehmen
AAA	Höchste Bonität, geringstes Ausfallrisiko	0,18	Deutsche Flugsicherung
AA+ AA AA-	Hohe Bonität, kaum höheres Risiko	0,41	Deutsche Bahn BASF, Eon, Henkel
A+ A A-	Überdurchschnittliche Bonität, etwas höheres Risiko	0,62	Bayer, Volkswagen Würth Linde
BBB+ BBB BBB-	Mittlere Bonität, starke Anfälligkeit bei negativen Entwicklungen im Unternehmensumfeld	1,89	Bertelsmann, Dt. Telekom Continental
BB+ BB BB-	Spekulativ, Zins- und Tilgungszahlungen, bei negativen Entwicklungen gefährdet	9,27	Kamps Fresenius Medical Care
B+ B B-	Geringe Bonität	28,24	Sirona Dental Systems
CCC CC C	Geringste Bonität, höchstes Ausfallrisiko	43,42	E-Kabel Hessen, lesy
D	Schuldner bereits in Zahlungsverzug oder Konkurs		

* nach Standard + Poor's; ** 5-Jahresdurchschnitt 1983-2000 in Prozent; Stand: Mitte 2003
Quelle: GWA