

# Von der Kreditabwicklung zum aktiven Kreditmanagement

Interview mit Rudolf Keßler, Leiter Kredit bei der BayWa AG



Der Leiter Kredit, Rudolf Keßler, hat bei der BayWa AG eine Credit Policy etabliert und damit das Forderungsmanagement des Konzerns entscheidend professionalisiert.

**Herr Keßler, Sie machen sich seit Jahren für ein professionelles Kreditmanagement in Ihrem Unternehmen stark. Welche Herausforderungen hat die BayWa AG diesbezüglich zu bewältigen?**

**Keßler:** Bonitätsprüfung, externe Informationsbeschaffung und Kreditlimitfestlegung sind heute mehr denn je gefragt. Der Agrarmarkt, aber auch die Ausweitung der Geschäfte in die gewerblichen und privaten Abnehmergruppen machte schon früh eine Ergänzung der klassischen Debitorenbuchhaltung notwendig. Steigende Insolvenzzahlen und die andauernde Krise der Baubranche verlangten darüber hinaus Methoden und Instrumente zur aktiven Außenstandsbearbeitung. Hinzu kommen die Veränderungen im Zahlungsverhalten und in der Zahlungsmoral.

**Und wie ist das Kreditmanagement bei BayWa aufgestellt?**

**Keßler:** Wir wickeln das Kreditmanagement ebenso wie die Finanzbuchhaltung des Konzerns und den Bereich Personal in 13 regionalen Verwaltungszentren ab. Hier verarbeitet die BayWa Rechnungen von 100 Euro bis zu mehreren 100.000 Euro, die auf circa 1,4 Millionen ständig aktiven Kundenkonten gebucht sind. Im Durchschnitt haben wir einen Forderungsbestand von 320 Millionen Euro. Alle mit dem Lieferantenkredit zusammenhängenden Prozesse und Funktionen erfolgen inhouse. Unsere Forderungen sind nicht klassisch kreditversichert. Wir sind zwar kein Gegner der Kreditversicherung, ein echter Bedarf hat sich jedoch aufgrund der breiten Streuung nie ergeben.

**Ziel jedes Kreditmanagements ist sicherlich die Verringerung und Vermeidung von Forderungsausfällen. Doch was haben Sie sich konkret vorgenommen?**

**Keßler:** Wir haben eine Credit Policy: Wir wollen kein Geld verlieren und brauchen ein Team, das die Prozesse versteht, begleitet, aber eventuell auch verändert. In den letzten Jahrzehnten haben wir in allen Bereichen des Kre-

ditmanagements an den „Schrauben gedreht“, Kreditrichtlinien aufgestellt und diese stetig fortentwickelt. Von der Konzernleitung gibt es neben den in allen Unternehmen relevanten Zielen wie Minimierung der Forderungsausfälle, Reduzierung des durch Forderungen gebundenen Kapitals, Verbesserung der Liquidität, Senkung der Finanzierungskosten und Verbesserung der eigenen Bonität auch klare Signale an das Kreditmanagement zu aktiver Vertriebsunterstützung und zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit. Schon vor geraumer Zeit haben wir daher das Ziel in Angriff genommen, weg von der statischen, zeitpunktbezogenen Bonitätsbetrachtung eines Kunden zu kommen hin zu einer dynamischen Bonitätsbeobachtung, einem Monitoring der beim Kunden stattfindenden Veränderungen aller Art. Wir wollen Veränderungen erkennen, bewerten und angemessen behandeln. Auch handeln wir nach dem ehernen Grundsatz: Kein Kundenkonto ohne Bonitätsprüfung; das ist mittlerweile obligatorisch.

**Wann wird denn eine einzelne Bonitätsprüfung vorgenommen?**

**Keßler:** Der Kreditsachbearbeiter nimmt vor Vertragsabschluss bzw. spätestens vor der Lieferung eine Bonitätsprüfung vor, und zwar so umfassend wie es bei der Art des Kunden und des Geschäfts und dessen Umfang möglich und notwendig ist, ohne dass der Vertrieb aus Zeit- und Kostengründen diese Informationsbeschaffung einschränken kann. Dies gilt für Neu- und Bestandskunden. Die Bonitätsprüfung für Bestandskunden soll spätestens nach einem Jahr erneut durchgeführt werden.

**Und welche Informationen berücksichtigen Sie dabei?**

**Keßler:** Bereits seit der Geschäftsausweitung in die nicht landwirtschaftlichen Bereiche wurden schriftliche und telefonische Informationen auch aus externen Quellen eingeholt, sofern man den Kunden nicht auf örtlicher Ebene „kannte“. Seit den 1990er Jahren sind diese externen Zusatzinformationen ein Muss. Für gewerbliche Kunden (B2B) erfolgt die Informationsbeschaffung durch Auskunfteien, Bankauskünfte, Grundbuchauszüge und Bilanzen. Bei Verbrauchern (B2C) werden die üblichen Positiv-/Negativinformationen sowie Bankauskünfte und Grundbuchauszüge eingeholt. Welche Auskünfte im Einzelfall tatsächlich – kumulativ oder alternativ – beschafft werden müssen, ergibt sich aus der Art der Geschäfte und einer Risikostaffel, die in den Richtlinien für die Kreditsachbearbeiter enthalten ist. Als Ergänzung zu den klassischen Handelsauskünften gibt es mittlerweile in unterschiedlichen Ansätzen Datenpools zum Austausch von Zahlungserfahrungen. Insbesondere nutzen wir seit vier Jahren auch die @rating-Informationen zu Unternehmen von Coface. Sie sind aus der Kurzfristperspektive interessant, weil dahinter die Prüfung der Kreditversicherung steht, die über Daten verfügt, die wir ansonsten aus dem Informationsmarkt nicht erhalten können. Dies trägt ganz wesentlich zu unserem Frühwarnsystem bei.

**Wie sind die systemtechnischen Voraussetzungen und inwieweit sind die Prozesse automatisiert? Wie rufen Sie die Informationen ab, speziell auch die von Coface?**



Das Kreditmanagement der BayWa AG zielt auf eine dynamische Bonitätsbeobachtung der beim Kunden stattfindenden Veränderungen. Fotos: BayWa

## Das Unternehmen

### BayWa AG

Die BayWa AG mit Sitz in München hat ihren Schwerpunkt im Groß- und Einzelhandel in den Segmenten Agrar, Bau und Energie und bietet außerdem entsprechende Dienstleistungen an. Inklusive Franchise und Partnerfirmen hat der Konzern rund 3.000 Vertriebsstandorte in 14 europäischen Ländern, vor allem in Deutschland, Österreich und Osteuropa. Im Agrarsektor ist die BayWa einer der größten Vollsortimenter Europas und handelt mit einigen Produkten auch weltweit. Die Sparte Technik vertreibt Maschinen und Geräte, Gebäude und Einrichtungen. Im Baustoffhandel ist der BayWa-Konzern die Nr. 2 in Deutschland und führend in Österreich. Bau- und Gartenmärkte betreibt der Konzern überwiegend in Regionen mit geringer Wettbewerbsdichte. Hauptvertriebsgebiete des Geschäftsbereichs Energie sind Bayern und Österreich. Im Vordergrund steht der Absatz von Heizöl, Diesel und Schmierstoffen. Unter dem Dach des Konzerns wird eine Vielzahl von Tankstellen betrieben. Bei Bio-Diesel und einigen Schmierstoffen ist die BayWa Marktführer. Seit 2009 baut das Unternehmen ein neues Geschäftsfeld zu regenerativen Energien auf.

www.baywa.de

**Keßler:** Wichtig war es, ein System zur Gestaltung eines aktiven Kreditmanagements zu installieren. Zwar bietet SAP unendlich viele Möglichkeiten, Kunden zu prüfen und Berichte zu erstellen; allerdings nur durch im Voraus bestimmte, gezielte Abfragen. Es fehlt der aktive Hinweis auf wichtige Veränderungen beim einzelnen Kunden, ohne dazu lange Reports bearbeiten zu müssen. Die BayWa AG hat deshalb vor circa zehn Jahren das Kreditmanagement-System DeBITEX des Softwareanbieters GUARDEAN installiert. Die zentrale Funktion des Systems besteht darin, Informationen in der richtigen Menge einzuholen, zusammenzufassen, zu bewerten, gewichten und zu klaren Aussagen zu verdichten. Die Kunden werden in Risikoklassen mit Scorewert aus der Summe aller externen und internen Informationen bewertet. Dazu wurden bei BayWa sechs Risikoklassen geschaffen, die durch ihr Punktesystem und eine farbliche Risikoklassendarstellung zu hoher Akzeptanz gerade auch im Vertrieb führten. Diese Darstellung wird gegenüber der früheren, rein verbalen Risikodarstellung durch die Mitarbeiter des Kreditbereichs als wesentlich objektivere Bonitätsaussage verstanden. Für uns ist es auch wichtig, dass die Sachbearbeiter die Auskünfte direkt aus ihrem Kreditmanagementsystem, ohne Wechsel in andere Masken, beschaffen können. Auch die Informationen von Coface Rating sind inzwischen integriert und fließen direkt über eine Schnittstelle, die GUARDEAN entwickelt hat, in das System von BayWa ein. Die Kreditsachbearbeiter selbst werden im übrigen nicht nur mit den nötigen technischen Mitteln ausgestattet und mit Kreditrichtlinien unterstützt, sondern durch gezielte Ausbildungsprogramme von passivem Handeln zu aktivem Steuern trainiert.

**Wie gehen Sie infolgedessen mit dem Kunden um?**

**Keßler:** Die wesentlichen, in Richtung Kunden wirkenden Maßnahmen bestehen in einer permanenten Verzugszin-

senrechnung auf den Kundenkonten mit monatlicher automatischer Buchung, die sowohl Kreditsachbearbeiter als auch Vertrieb zur Auseinandersetzung mit den betroffenen Kunden führt und zu Entscheidungen zwingt. Mahnungen werden außergerichtlich in drei Stufen versandt, wobei die Mahnläufe täglich stattfinden und somit immer sehr nahe zur Fälligkeit erfolgen. Der Vertrieb wird bei Versand der dritten Mahnung informiert, hat aber nur unter bestimmten und befristeten Bedingungen Eingriffsmöglichkeiten. Mahnungen niedrigerer Stufen entscheidet der Kreditbereich selbstständig und selbstverantwortlich. Insbesondere im B2B-Geschäft wird das Mahnsystem durch telefonische Mahnungen ergänzt. Auch den Umgang mit den Kunden sehe ich im übrigen als Instrument des Kreditmanagements an, dient er nicht zuletzt auch der Risikofrüherkennung.

**Den unmittelbarsten Kontakt zum Kunden hat in aller Regel der Vertrieb. In jedem Unternehmen ist aber, wenn auch in unterschiedlich starker Ausprägung, der klassische Zielkonflikt zwischen dem Vertrieb und dem Kreditmanagement vorhanden. Wie läuft das bei Ihnen? Wie ist der Vertrieb eingebunden?**

**Keßler:** Ein erster Ansatz zur Änderung von Denk- und Verhaltensweisen ergab sich bei uns aus der Umformulierung des Zielkonflikts in ein gemeinsames oberstes Ziel der „Risikooptimierung für Vertrieb und Debitorenmanagement“ in den Kreditrichtlinien. Dabei blieb natürlich fraglich, ob die „Beschwörung“ des gemeinsamen Ziels oder wiederholte Appelle an die Zusammenarbeit mit dem Kreditmanagement bei den Vertriebskollegen tatsächlich zu einer Änderung der Einstellung führt. Um nachhaltig reale Verbesserungen zu erreichen, wurden deshalb konkrete Informationsschnittstellen zwischen Vertrieb und Kredit definiert. In der laufenden Geschäftsabwicklung sollte die Kommunikation von Vertrieb

Lesen Sie weiter auf Seite 13 ▶

# SICHERHEIT IN UNRUHIGEN ZEITEN

Sicher in Krisenzeiten. Mit Coface Deutschland planen Sie stets einen Schritt voraus. Information, Kreditversicherung, Finanzierung und Debitorenmanagement – die vier Standbeine für Ihre finanzielle Sicherheit.

Kontakt: info@coface.de

**coface DEUTSCHLAND**  
Kreditmanagement – mit Sicherheit

www.coface.de

Nicht nur in unruhigen oder wie zuletzt stürmischen Zeiten bietet Coface Deutschland Unternehmen aller Größen und Branchen Unterstützung im Risikomanagement. Auch in eher ruhigeren Phasen können Forderungsausfälle Löcher reißen, die nur schwer oder gar nicht mehr zu stopfen sind. Auch eine Aufschwungphase bedeutet nicht automatisch das Ende der Probleme. Das Grundrisiko bleibt. Hinzu kommt nun noch der Bedarf an Liquidität, um den Aufschwung finanzieren zu können. Forderungsmanagement ist daher ein Muss für den unternehmerischen Alltag. Nur so können aus Risiken Chancen gemacht werden.

## Von der Kreditabwicklung zum aktiven Kreditmanagement

► Fortsetzung von Seite 12

zu Kreditmanagement und umgekehrt nicht erst bei Überschreitung des Kreditlimits oder bei Zahlungsstörungen stattfinden, sondern vielmehr immer bei Veränderungen der Kundenbonität, sobald eine der beteiligten Stellen Informationen dazu erhält. Alle betroffenen Mitarbeiter wurden darüber hinaus auf die Einhaltung der Kreditrichtlinien persönlich verpflichtet. Zur Ergänzung dieser formalen Einbindung findet im Rahmen von Vertriebsbesprechungen auf Niederlassungsebene regelmäßig ein Informationsaustausch statt, der für das gegenseitige Verständnis sehr hilfreich ist. Entscheidend ist aber letztlich auch die „Führung über den Geldbeutel“ durch wirtschaftliche Einbindung des Vertriebs in die Prozesse nach dem Verkauf. Sämtliche Forderungsausfälle werden ebenfalls zu Las-

ten der Vertriebseinheit gebucht und schmälern deren außerordentliches Ergebnis. Das führt zu einem bewussteren Umgang mit der Bonität und der Zahlungsweise der Kunden und trägt zu effektiver Ergebnisverbesserung durch frühzeitiges Handeln bei.

**Was wurde mit der Neugestaltung des Kreditmanagements in Ihrem Unternehmen erreicht und wie zufrieden sind Sie damit?**

**Keßler:** Die Einführung der einheitlichen Kreditrichtlinien und deren gezielte Umsetzung in Verbindung mit der Installation des Kreditmanagementsystems führten in relativ kurzer Zeit zu einer spürbaren qualitativen Verbesserung der Arbeit im Kreditmanagement und der Zusammenarbeit mit dem Vertrieb. Das liegt neben der permanenten Aufzeichnung der Maß-

nahmen vor allem auch in der Vereinfachung vieler Abläufe, die früher manuell und mit entsprechendem Zeitaufwand erledigt werden mussten, sowie in der Konzentration auf die Kundenkonten, die tatsächlich aktuell Maßnahmen erfordern. Das System bringt eine echte Früherkennung von Risiken sowohl bei Eröffnung von neuen Konten als auch bei laufender Geschäftsbeziehung, so dass in den letzten drei Jahren sowohl die Menge als auch die Summe der Forderungen, die ins gerichtliche Mahn- bzw. Inkassoverfahren übergeben werden müssen, stetig zurückgegangen ist. Aus dieser wirksamen Prävention und der Veränderung der Arbeitsqualität folgte die Verbesserung der Messzahlen, die ebenfalls in relativ kurzer Zeit eingetreten ist und zu schnellem „return on investment“ der Aufwendungen für die Systemführung sorgte.

Das Gespräch führte Dr. Dirk Brückelmann.

## Mit guter Bonität neue Lieferanten gewinnen

Helmut Münchehofe nutzt nun Mittelstandsrating

### Das Unternehmen

#### Helmut Münchehofe GmbH

Die Helmut Münchehofe GmbH betreibt einen Obst- und Gemüse-Großhandel auf dem Fruchtgroßmarkt in Berlin. 1999 übernahm Otto Necke das Familienunternehmen als alleiniger Inhaber. Der Direktimporteur beliefert namhafte Konzerne und Lebensmittelmärkte sowie Krankenhäuser, Hotels, Gaststätten und Kindergärten mit hochwertigem Obst und Gemüse aus aller Welt. Dabei kennt das Team aus 23 Mitarbeitern die speziellen Anforderungen jedes Kunden, ob Einzelhändler, Gastronom oder Filialist, und liefert die Ware pünktlich zu jedem gewünschten Termin. Die Zertifizierung „International Food Standard“ (IFS 5) BIO und QS bezeugt das hohe Qualitätsniveau von Helmut Münchehofe.

www.helmut-muenchehofe-gmbh.de

**B**erlin. Im Großhandel für Obst und Gemüse ist man gezwungen, mit Ware zu spekulieren wie dies Banken mit Aktien tun“, sagt der Geschäftsführer der Helmut Münchehofe GmbH, Otto Necke. Forderungsausfälle seien indessen eine harte Strafe. Daher habe er sich von Anfang an mit einer Warenkreditversicherung dagegen abgesichert. „Doch auch der eigene Auftritt nach außen ist wichtig“, betont der Chef des Familienunternehmens: „Zu zeigen, dass wir ein seriöses Unternehmen sind.“ Gerne habe er daher das neue Angebot des Mittelstandsrating von Coface aufgegriffen, das seit letztem Jahr auf dem Markt ist.

Bislang hatte Otto Necke bereits genau aus diesem Grund das B2B Quality Label der Coface Rating genutzt. Er habe kein Problem damit, Einblick in sämtliche Unterlagen zu gewähren. „Ganz im Gegenteil, ich bin auch ein wenig stolz darauf, als verlässlicher Partner dastehen zu können.“ Zertifizierte Ratinganalysten hätten nun für das Mittelstandsrating einen ausführlichen Ratingbericht mit ihren Ergebnissen erstellt.

Im Mittelpunkt stehen Auswertungen zur Bonität und dementsprechenden Ausfallwahrscheinlichkeit – es erfolgt eine weitaus umfassendere Beurteilung, als dies bislang mit dem Quality Label der Fall war. Zu den qualitativen Merkmalen gehört auf jeden Fall auch das Risikomanagement, darüber hinaus die Geschäftsführung und die Mitarbeiter,

die aktuelle wirtschaftliche Lage und welche Perspektiven das Unternehmen hat. Quantitative Faktoren spiegeln sich in einem strukturierten Jahresabschluss, einer Kapitalflussrechnung und einer Reihe von Kennzahlen im Branchen- und Gesamtwirtschaftsvergleich wider.

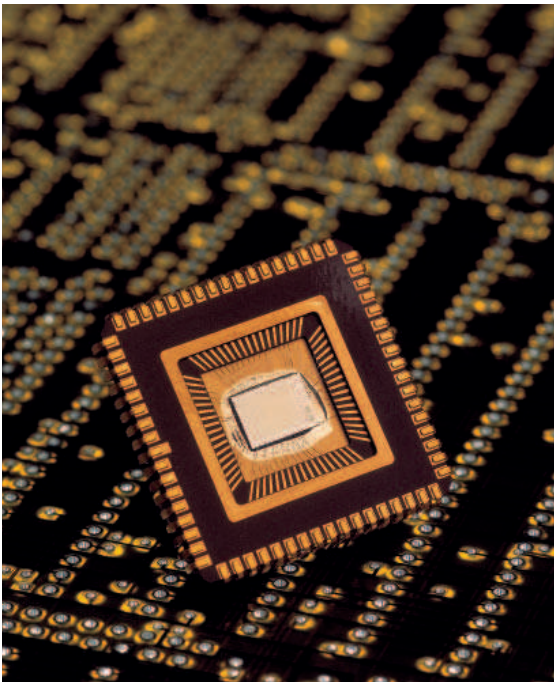
Das Familienunternehmen auf dem Fruchthof ist bestens aufgestellt. Das Mittelstandsrating bescheinigt ab sofort die gute Bonität. „Es ist vor allem wichtig, den neuen Lieferanten Sicherheit zu bieten“, betont Otto Necke. „Bei den Stammpartnern ist dies eh kein Thema.“ Der Großhändler bezieht Waren aus aller Herren Länder. Mit dem Rating könne er bei neuen Lieferanten, ganz gleich, ob sie aus Spanien, Italien, Ägypten oder Russland kommen, nun mit einem Zertifikat die eigene Qualität nachweisen.

Sicherlich grundsätzlich auch ein Vorteil des Mittelstandsrating, aber für ihn nicht so relevant sei es, sich bei kreditgebenden Banken für die Finanzierung besser zu stellen. Bei der Helmut Münchehofe GmbH werde allerdings nur sehr wenig fremdfinanziert. Otto Necke hebt hervor: „Mir ist es vor allem wichtig, meinen Geschäftspartnern auch morgen noch in die Augen schauen zu können.“ Mit dem Mittelstandsrating runde er den Auftritt nach außen ab. „Ich rechne damit, dass damit die Attraktivität unseres Betriebs weiter gesteigert wird.“

Dr. Dirk Brückelmann



Tobias Maier, Ines Spallek und Ralph Cohausz von Coface Deutschland freuen sich mit Geschäftsführer Otto Necke (2.v.l.) über die Zertifikatsübergabe.



## Stichwort

## ■ Schnittstellen-Anbieter

## Prof. Schumann GmbH

Die Prof. Schumann GmbH mit Sitz in Göttingen hat seit 2005 ein Kooperationsabkommen mit der Coface Rating GmbH. Derzeit können im Rahmen der Software CAM (Credit Application Manager) @rating Check und @rating Monitoring im In- und Ausland, der deutsche @rating Score, das IKU sowie die Kreditlimitverwaltung genutzt werden. Eine automatische Integration der Kreditversicherungsprozesse in CAM rundet die Zusammenarbeit mit Coface Deutschland ab. Der Funktionsumfang bietet die Möglichkeit, Kreditlimite anzufordern und bestehende Limite zu erhöhen, zu reduzieren oder zu kündigen. Aktualisierungen zu bestehenden Kreditlimiten durch Coface werden über das Informationsmodul automatisch in der entsprechenden Risikoakte dargestellt und mit ToDos verknüpft. Portfolio-Berichte zu allen Debitoren, die eine Kreditversicherung haben, stehen zur Verfügung.

► [www.prof-schumann.de](http://www.prof-schumann.de)

## SOPLEX Consult GmbH

Die SOPLEX Consult GmbH ist ein unabhängiges Unternehmen mit Sitz in Berlin und zählt in Deutschland im Markt der Forderungs- und Kreditmanagementsysteme zu den führenden Anbietern. Für SAP bietet die SOPLEX den Firmen als einziges Unternehmen umfassende hochintegrierte Softwarelösungen für ein optimiertes Kredit- und Forderungsmanagement an. Darüber hinaus hat SOPLEX die Software „@rating Connect für SAP“ und „Coface Connect“ entwickelt. Mit „@rating Connect für SAP“ können Unternehmen @rating Check, @rating Monitoring, IKU und @rating Score direkt aus SAP bei Coface abrufen und erhalten die Daten ebenso direkt in das SAP-System geliefert. Die Software „Coface Connect“ ermöglicht es den Unternehmen, den Kreditversicherungsprozess erheblich zu vereinfachen und in SAP abzuwickeln.

► [www.soplex.de](http://www.soplex.de)

## GUARDEAN GmbH

Die GUARDEAN GmbH mit Sitz in München ist ein internationaler Anbieter von Software-Produkten für Customer Risk und Credit Management im B2B- und B2C-Bereich. GUARDEAN arbeitet mit international etablierten Unternehmen zusammen, so auch mit Coface. Über die Produkte DebiTEX und auskunftportal.NET bietet GUARDEAN eine Schnittstelle zum @rating Check und @rating Monitoring. DebiTEX ist die führende Software für Debitorenmanagement im B2B-Segment. auskunftportal.NET ist eine webbasierte Plattform, die es ermöglicht, von insgesamt sechs Informationsanbietern bonitätsrelevante Informationen zur besseren Einschätzung ihrer Geschäftspartner zu beziehen.

► [www.guardean.com](http://www.guardean.com)

## Bonitätsbewertungen online abrufen

### Bequeme technische Anbindungen über Cofanet oder integrierte Schnittstellen

Um die Bonitätsbewertungen aus dem @rating Service online über das Cofanet abfragen zu können, erhält der Kunde einen Zugang, mit dem er sich über die Homepage von Coface Deutschland ([www.coface.de](http://www.coface.de)) einloggt. Das Unternehmensportfolio für den Monitoringprozess wird vom Kunden entweder direkt ins Cofanet eingegeben oder über technische Schnittstellen in das unternehmensinterne Risikomanagementsystem eingegeben.

#### @rating Connect

Technische Schnittstellen wie @rating Connect verbinden die Debitoren- bzw. Kreditorenmanagementsysteme der Kunden direkt mit dem IT-System von Coface.

So werden die über die @rating-Produkte verkauften Bonitätsinformati-

onen von dem IT-System der Coface via Internet in die Systeme des @rating Connect-Kunden übertragen und können dort direkt weiterverarbeitet werden.

Die Schnittstelle übernimmt dabei alle Funktionen zur Verwaltung des @rating Check, @rating Monitoring und @rating Score und ermöglicht daher eine einfache elektronische Steuerung des Kundenportfolios bei den Nutzern.

#### Vorteile der Schnittstellen

- Der Nutzer muss nicht mehr jedes einzelne Risiko manuell über Cofanet anfragen, sondern kann die Abfragen direkt von seiner Datenbank aus durchführen.

- Die Daten werden in elektronischer Form direkt aus dem beim Kunden eingesetzten Risikomanagementsys-

tem an die Coface-Datenbank übertragen.

- Durch dieses System werden Anfragen automatisiert bearbeitet und an das Kundensystem übermittelt.

- Dies erlaubt die effiziente Bearbeitung großer Kundenportfolios.

- Der Kunde kann ohne sein eigenes System zu verlassen die Anfragen bearbeiten.

- Das Risikomanagement wird durch die automatisierte Bearbeitung effektiver. ■

► **Informationen zu den Schnittstellen gibt es in den Zweigniederlassungen von Coface Deutschland oder direkt bei der Coface Rating GmbH (Telefon 06131/323-944, [info@coface.de](mailto:info@coface.de))**

## Coface bereit für Credit Ratings

### Franz J. Michel: Nicht nur kritisieren, sondern handeln

Coface ist bereit, als internationale Ratingagentur anzutreten und damit der politischen Forderung nach Alternativen zu den großen drei Agenturen nachzukommen. (Lesen Sie dazu auch einen Artikel auf Seite 15 dieser Zeitung.) „Wir arbeiten intensiv daran, unsere bereits vorhandenen Ratings so zu erweitern, dass sie dem Bedarf der Wirtschaft entsprechen und zugleich den rechtlichen und politischen Anforderungen gerecht werden“, sagte Franz J. Michel in einer Presseinformation.

Der Vorstandsvorsitzende von Coface Deutschland erinnert daran, dass Coface bereits seit langem die Dominanz der drei großen Agenturen kritisiert und auf deren Mitverantwortlichkeit für die Ausbreitung der Finanz- und Wirtschaftskrise hingewiesen hatte. „Wir belassen es aber nicht bei der Kritik, sondern wollen Alternativen bieten“, sagte Franz J. Michel ergänzend zu zahlreichen Presseberichten. Coface habe bereits ein neues Unternehmensrating entwickelt, das derzeit getestet werde.

Hinsichtlich der Regulierung der Ratingagenturen erinnerte Franz J. Michel daran, dass Coface von Anfang an den Prozess kritisch und konstruktiv begleitet habe. „Es hat sich aber leider in Europa bislang nicht viel getan. Neue Regeln beziehen sich eher auf formale Aspekte der Agenturen selbst, nicht aber auf die Qualität ihrer Ratings“, unterstrich er seine bereits geäußerte Kritik. „Die Regulierung der Agenturen hat bisher versagt.“

Umso mehr sei nun die französische Initiative zu begrüßen, für mehr Wettbewerb auf dem Ratingmarkt zu sorgen. „Dabei ist wichtig, dass Agenturen auch nur das bewerten, wovon sie etwas verstehen“, sagte Franz J. Michel. Coface wolle zunächst keine Finanz-

produkte bewerten, sondern Unternehmen. „Das ist unser Kerngeschäft, das können wir“, betont der Vorstandsvorsitzende.

Coface bewertet als Spezialist im Forderungsmanagement täglich die Bonität von Unternehmen überall auf der Welt und verfügt über Informationen zu mehr als 55 Millionen Unternehmen. „Das ist die Basis, auf der wir auch die Ansprüche an eine internationale Ratingagentur erfüllen können.“

Perspektivisch sei auch vorstellbar, die bereits vorhandenen Länderratings weiter zu entwickeln, um auch Staatsbonitäten zu bewerten, sagt Coface-CEO Jérôme Cazes. Er favorisiert hier aber ein europäisches Institut, analog zur EU-Statistikbehörde Eurostat. Sollte die Politik aber auch hier eine private Lösung bevorzugen, müsse neu nachgedacht werden. Für eine Bewertung von zum Beispiel Unternehmensanleihen gebe es derzeit keine konkreten Pläne bei Coface. ■



In einem Video-Interview vom „Kongress Länderrisiken 2010“ geht der CEO der Coface, Jérôme Cazes, auf die Folgen der Wirtschaftskrise und die Notwendigkeit der Regulierung der Finanzmärkte sowie der Ratingagenturen ein. Franz J. Michel erörtert in einem Video die aktuelle Frage: „Wer finanziert den Aufschwung?“ Beide Clips finden Sie auf der Website:

► [www.laenderrisiken.de](http://www.laenderrisiken.de)