

## 1. Ratingkommunikation: Bring- oder Holschuld?

Banken und Sparkassen wollen Ratingfragen ihrer Firmenkunden beantworten: Die deutsche Kreditwirtschaft erneuert ihre Selbstverpflichtung zur Ratingkommunikation - was die Fachgruppe Finanzierung-Rating im KMU-Beraterverband ausdrücklich begrüßt.

Erstmals im September 2006 wurde die "Selbstverpflichtung der deutschen Kreditwirtschaft zur Rating-Kommunikation" veröffentlicht: in der Ratingbroschüre der IFD Initiative Finanzstandort Deutschland, die von allen Großbanken und den Verbänden der Sparkassen und Genossenschaftsbanken getragen wird. Jetzt liegt eine aktuelle Überarbeitung der Broschüre und des begleitenden Textes zu dieser Selbstverpflichtung vor.

Nicht verändert haben die Kreditinstitute die Gesprächsrichtung in der Kommunikation der Ratingergebnisse - was die Fachgruppe Finanzierungsrating des KMU-Berater-Verbandes ausdrücklich bedauert. "Unverändert bedeutet Selbstverpflichtung nur, dass die Banken und Sparkassen die Fragen ihrer Firmenkunden beantworten wollen - statt selber aktiv die Kommunikation zu suchen" bemängelt Carl-Dietrich Sander, Leiter der Fachgruppe. Er verschweigt allerdings auch nicht, dass viele Kreditinstitute zumindest größere Firmenkunden über das Rating informieren. "Bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) herrscht aber unverändert sehr häufig das große "Ratingschweigen" sind die Beratungserfahrungen der Fachgruppenmitglieder.

Die weiteren Hinweise in der Ratingbroschüre der IFD zur Ausgestaltung der Kommunikation bieten aktiven Mittelständlern aber wichtige Ansatzpunkte für ihre Fragen an Banken und Sparkassen: "Wie ist das Rating-Ergebnis einzuordnen? Wie kommt es zustande? Und welche Stellschrauben für eine Rating-Verbesserung gibt es?" Die KMU-Berater zitieren die IFD-Broschüre z.B. mit dem Satz "Wünschenswert für einen offenen Ratingdialog ist die Auskunft darüber, wie die Bank und Sparkasse die einzelnen Teilschritte bei der Ratingermittlung bewertet hat". Allerdings folgt auch hier die Einschränkung auf dem Fuße: wie tief diese Auskunft gehen wird, legt jedes Kreditinstitut selber fest.

Wichtig ist, so Sander, die Banken und Sparkassen beim Wort der Ratingbroschüre zu nehmen und aktiv nachzufragen. So wird offen dargestellt, dass "mögliche Verbesserungspotenziale" aufgezeigt werden sollen, dass die wichtigsten Teilergebnisse dargelegt werden und speziell bei den sog. "qualitativen" Faktoren die Einschätzung der Banken aufgezeigt werden sollen. "Denn gerade hier herrscht oft mangelnde Kommunikation auf beiden Seiten" stellen die KMU-Berater immer wieder fest: der Mittelständler weiß nicht, welche Aspekte von den Kreditinstituten bewertet werden und liefert daher nicht die benötigten Informationen für eine angemessene Beurteilung.

Der Appell der KMU-Berater, die Kommunikation über das Rating als Chance zu nutzen, geht daher auch an beide Seiten. Denn die Verbesserung der Bonität der mittelständischen Unternehmen, so Sander von den KMU-Beratern, muss als gemeinsame Zukunfts-Aufgabe verstanden werden, von der Alle profitieren ([sander@kmu-berater.de](mailto:sander@kmu-berater.de)).