

# Agenda

---

1. Ausgangslage
2. Determinanten einer Kreditentscheidung
3. Aufsichtsrechtliche Anforderungen an die Banken
4. Kreditmarketing als Lösung
5. Ausblick und Diskussion



- ▶ bei den IRB- Ansätzen erfolgt die Risikogewichtung nach der Funktion

$$G = LGD \times PD \times M \times EAD$$

		<u>Foundation Approach</u>	<u>Advanced Approach</u>
LGD=	Verlustquote bei Ausfallquote	⇒ von der Aufsicht	eigene Schätzung
PD=	Ausfallwahrscheinlichkeit	⇒ eigene Schätzung	eigene Schätzung
M=	Restlaufzeit	⇒ 3 Jahre	eigene Schätzung
EAD=	Forderung bei Ausfall	⇒ von der Aufsicht	eigene Schätzung

- ▶ definierte Forderungsklassen

- Forderungen an Unternehmen
- Forderungen an Staaten
- Forderungen an Banken
- Forderungen im Retailbereich
- Beteiligung

- ▶ schreibt den Banken die Bildung von mindestens 8 Ausfallklassen vor

---

## **4.3.2 Kreditweiterbearbeitung**

- ▶ Jährliche Beurteilung des Adressenausfallrisikos
- ▶ Beurteilung der Kreditsicherheiten in angemessenen Abständen
- ▶ Verwendungszweckkontrolle
- ▶ Jährliche Einreichung von Unterlagen (Exposé)
- ▶ Auf Wertbeständigkeit der Sicherheiten achten
- ▶ Ggf. Prüfungen der Bank vor Ort; detaillierte Nachweise

---

## **4.3.5 Intensiv- und**

## **4.3.6 Problemkreditbetreuung**

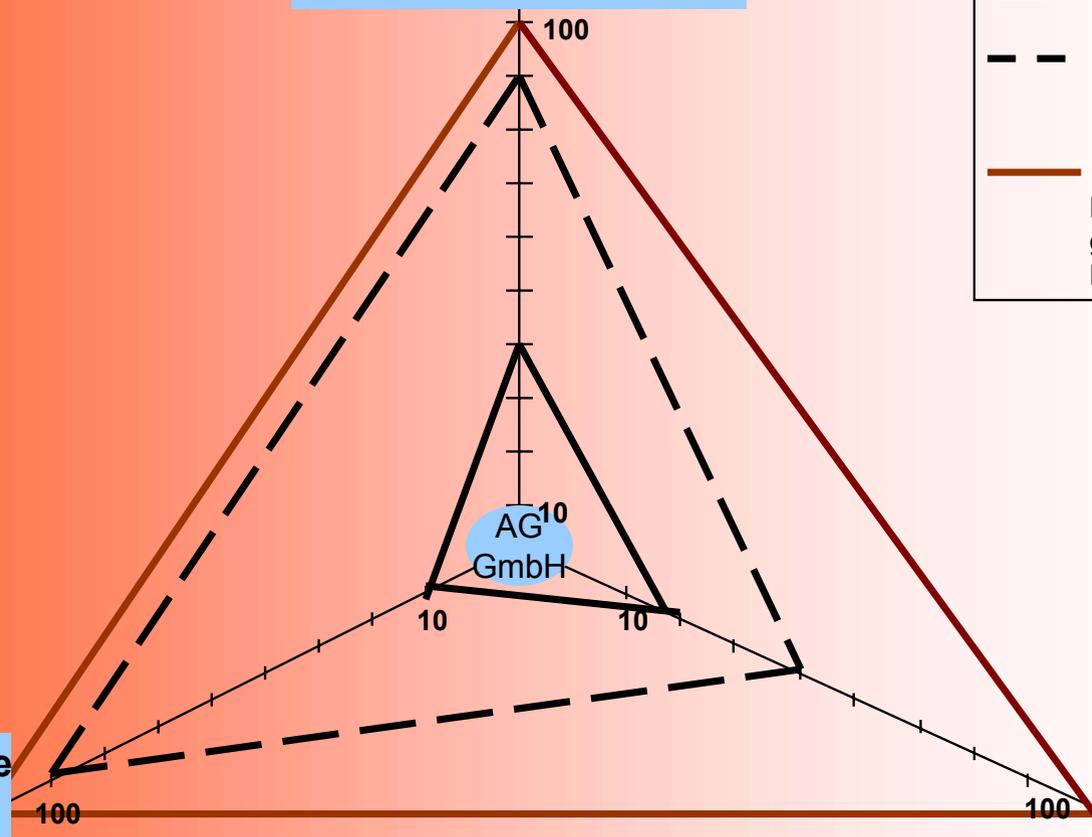
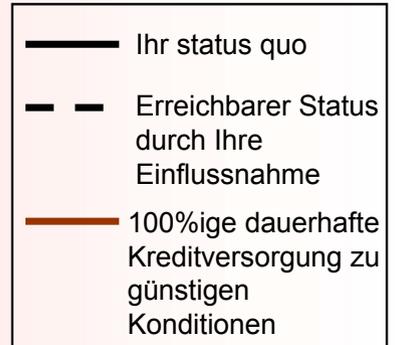
- ▶ Festgelegte Kriterien
- ▶ Wechselnde Ansprechpartner; aktives kommunizieren

# Synopse Kreditmarketing

Transparenz für  
Rating-Ergebnisse

partnerorientierte  
Gesprächs-  
führung

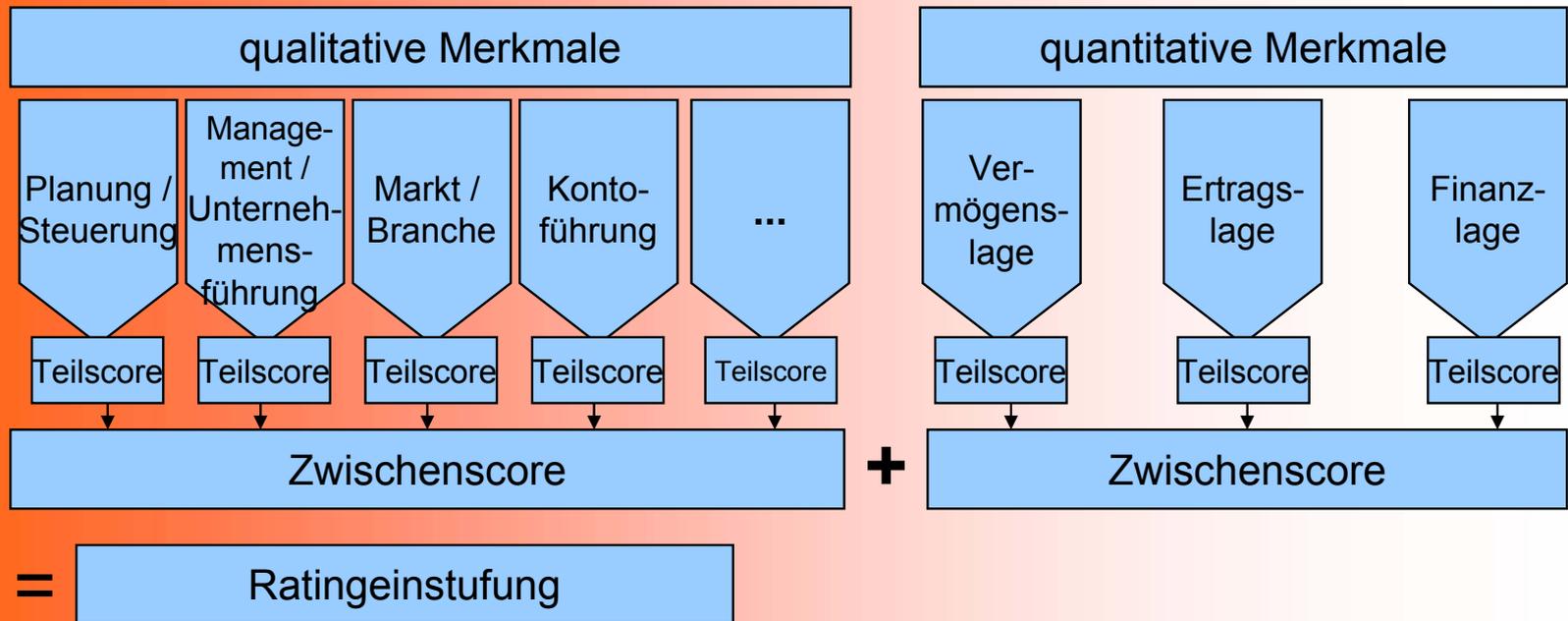
Kreditmarketing-  
organisation



## Rating / Transparenz (4)



### Ratingarchitektur und der Prozess der Kreditgewährung im Überblick



#### ► beispielhafte Gewichtungsfaktoren

- ⇒ beim Rating- Mittelstand (BvR) fließen die qualitativen Faktoren mit 40% in das Ratingurteil
- ⇒ beim Rating für Freiberufler (DSGV) fließen die Ergebnisse aus der Analyse der Kontoführung mit ca. 15% in die Ratingnote ein



**Unternehmensführung  
Management**

## Beeinflussung der qualitativen Merkmale

### 1. *Unternehmensstrategie*

- Vorhandensein einer nachvollziehbaren, langjährigen Unternehmenskonzeption
- Strategiemangement
- Unternehmensstruktur

### 2. *Qualität des Managements*

- persönliche, fachliche, technische und kaufmännische Qualifikation des Managements
- Nachfolgeregelung, Vertretungsregelung
- private Vermögensverhältnisse (Personengesellschaften)
- Qualität der Aufbau- und Ablauforganisation; Qualifikationsmanagement
- Notfallplanung, Krisenmanagement
- Abgrenzung von Managementaufgaben
- Führungsstil
- Krisen- und Konfliktfähigkeit



## Unternehmensführung Management

### Beeinflussung der qualitativen Merkmale

#### 3. **Personal**

- Personalmanagement
- Personalfriedenheit (Fluktuationen)
- Arbeitsmarktsituation
- spezifische personelle Risiken (Abhängigkeit von Spezialisten)

#### 4. **Lagermanagement**

- optimierte Kapitalbindung
- Vorratshaltung bei Preissteigerungserwartungen
- Vorratshaltung bei Mengenrabatten

#### 5. **Marketingkonzeption**

- Marktforschung
- Maßnahmen zur Absatzförderung (Werbung, Sponsoring, etc...)
- Erfolgskontrolle der Marketingmaßnahmen
- Innerbetriebliche Konzeption (Vertriebsziele, Analyse um Abweichungen)
- Preisstrategie
- Vertriebsstrategie



## Beeinflussen Sie den Wert der Sicherheiten

### Sicherheiten

- **Art der Sicherheiten**

#### Personensicherheiten

- ▶ Bürgschaft
- ▶ Garantie
- ▶ Patronatserklärung
- ▶ Negativerklärung

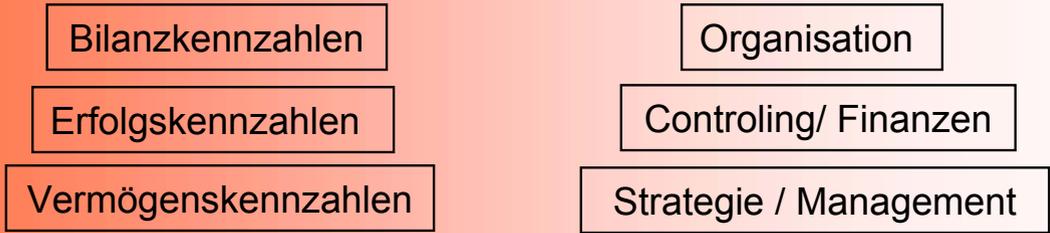
#### Sachsicherheiten

- ▶ Grundpfandrechte
- ▶ Hypotheken
- ▶ Sicherungsübereignung
- ▶ Einzel- und Globalzession
- ▶ Verpfändungen

#### Möglichkeiten der Einflussnahme

- ▶ Vorlage von Wertgutachten
- ▶ innerbetriebliche Werterhaltung der Sicherheit
- ▶ laufende Offenlegung gegenüber der Bank

# Rating / Transparenz (18)



quantitative Faktoren      qualitative Faktoren

- Merkmale
- Wettbewerb
- Markstellung

Branche

Unternehmen

Persönliche  
Verhältnisse

- Lebenslauf
- Qualifikation



- USP
- Potenzial
- Lebenszyklus

Produkte

Kredit

wirtschaftliche  
Verhältnisse

- Einkommen
- Vermögen

Kreditmodalitäten      Sicherheiten

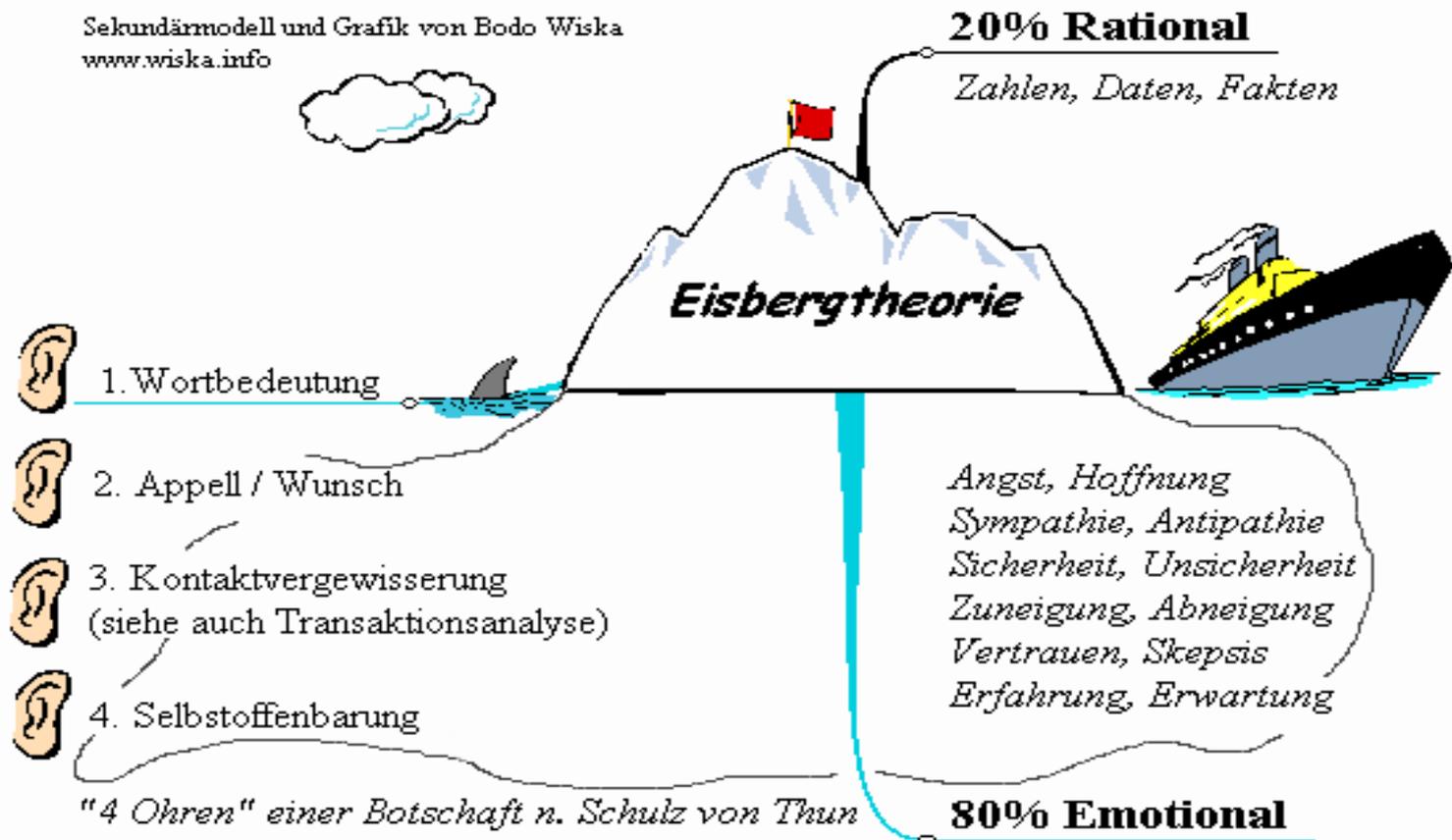
- Art / Höhe
- Zweck
- Zins / Tilgung

- Art / Höhe
- Bewertung
- Bewertung

# Partnerorientierte Gesprächsführung (3)



Sekundärmodell und Grafik von Bodo Wiska  
[www.wiska.info](http://www.wiska.info)



## Partnerorientierte Gesprächsführung (4)



- ▶ Bauen Sie eine Beziehung zu den wichtigsten Entscheidungsträgern auf !
- ▶ Bekämpfen Sie die Anonymität einer Bankkonversation !
- ▶ Machen Sie sich ein Bild von Ihren Gesprächspartnern !
- ▶ Treten Sie sicher und selbstbewusst auf !
- ▶ „Lamentieren“ Sie nicht über eine schlechte Marktlage etc., sondern präsentieren Sie Maßnahmen !
- ▶ Seien Sie zuverlässig mit Ihren Zusagen !
- ▶ Seien Sie ehrlich auch mit schwierigen Situationen !
- ▶ Achten Sie auch auf Äußerlichkeiten !