

Statement zur Pressekonferenz

Prof. Dr. Helmut Rödl

**Mitglied des Gesamtvorstandes,
Verband der Vereine Creditreform, Neuss**

**Geschäftsentwicklung Creditreform
2006/2007**

Düsseldorf, den 23.08.2007

Vertrauensverlust durch Banken- und Hypothekenkrise

Das Thema Kreditsicherheit besitzt eine geradezu zeitlose Aktualität - das zeigt eindrucksvoll die so genannte Banken- und Hypothekenkrise. Da reibt man sich schon verwundert die Augen: Wie kann es in Zeiten von Basel II sein, dass Finanzinstitute in großem Umfang mit schlecht besicherten amerikanischen Hypotheken jonglieren, ohne die damit verbundenen Risiken adäquat zu berücksichtigen? Jedes mittelständische Unternehmen, das bei seiner Hausbank einen Kredit beantragt, hat in den vergangenen Jahren zum Teil schmerzhaft erfahren, dass das Zustandekommen des Kredites im Interesse der Kreditsicherheit vor allem von einem entscheidenden Parameter abhängig ist – der Bonität des Unternehmens. Diese logische Grundregel scheint in Teilen der internationalen Großfinanz und international tätiger Rating-Agenturen zuletzt wieder aus der Mode gekommen zu sein. Das Beispiel, bei der Bewertung von Kreditrisiken nicht ganz so genau hinzusehen, sollte auch in Zeiten einer ansonsten erfreulichen konjunkturellen Entwicklung keine Schule machen.

Hier stellt sich die Frage: Welche Bedeutung haben die Entwicklungen in der globalisierten Großfinanz für die Finanzierungssituation des deutschen Mittelstandes?

Es ist anzunehmen, dass die aktuellen Liquiditätsprobleme und die Vertrauensverluste in der Bankenwelt zu verstärkter Vorsicht im Risikomanagement führen werden. Die Risiken der Kreditvergabe werden strenger bewertet, was

dazu führen wird, dass die Mittelzuflüsse geringer, die Konditionen härter werden. Wenn der Zugang zu kurzfristig verfügbarer Liquidität über Bankkredite für mittelständische Unternehmen erschwert werden sollte, ist ein Wiederanstiegen der Zahl der Unternehmensinsolvenzen nicht auszuschließen. Umgekehrt zeigte sich in den vergangenen Monaten, dass die Insolvenzquoten in Zeiten leicht verfügbarer Liquidität gesunken sind. So ist das Volumen der an Unternehmen ausgereichten Kredite mit Beginn des Jahres 2006 um 20 Prozent nach oben geschneilt. Gleichzeitig verringerte sich die Zahl der Unternehmensinsolvenzen auf zuletzt 14.100 im 1. Halbjahr 2007. Das ist ein Rückgang um mehr als ein Viertel gegenüber 2005. Dieser Trend droht sich nun umzukehren.

Die Konsequenzen der Geld- und Finanzmarktkrise auf Firmen- und Konsumentenkredite lassen sich wie folgt umreißen: Die Banken werden bei der Kreditvergabe an Unternehmen und Konsumenten mit einem insgesamt höheren Risikobewusstsein reagieren. Grund dafür ist nicht zuletzt ein erhöhter Rendite- und Margenbedarf der Banken, weil verschiedene Möglichkeiten, Kreditrisiken wieder aus den eigenen Bankenbüchern zu streichen, wegfallen. Die Risikoaversion der Banken wird daher aus Sorge um die eigene Liquidität steigen.

Trotz dieser wahrscheinlichen Entwicklung ist die Sorge vor einer anstehenden Kreditklemme unbegründet. Unternehmen werden bei der Kreditvergabe bereits seit Basel II

einer schärferen Risikoprüfung unterworfen. Hierbei gilt: Unternehmen mit guter Bonität erhalten ohne Probleme ihre Kredite. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Unternehmen mit schlechter Bonität hatten auch schon vor der aktuellen Krise Schwierigkeiten, an Kredite zu kommen. Angesichts der Dominanz der Bankenfinanzierung mittelständischer Unternehmen sind negative Auswirkungen auf eigenkapitalschwache Unternehmen durchaus möglich.

Die Bonität wird in Zukunft noch mehr zum entscheidenden Unterscheidungsmerkmal bei der Kreditkonditionierung werden, mit der Folge einer regelrechten Konditionenspreizung. Damit werden Kredite für Unternehmen mit schlechter Bonität und geringer Eigenkapitalquote zwangsläufig teurer werden. Der Blick über den Atlantik nach Amerika lässt bereits erahnen, was in Deutschland in den kommenden Monaten eintreten wird. Dort haben sich laut Goldman Sachs die Finanzierungsbedingungen für amerikanische Unternehmen durch den Anstieg der Risikoprämien auf Unternehmenskredite und andere Faktoren in den vergangenen Wochen so verschärft, dass dies einer Anhebung des Leitzinses um rund 0,6 Prozent entspreche.

Auch der Zugang zu Konsumentenkrediten dürfte in Zukunft schwieriger werden. Der Wert der Kredite an Privatpersonen ist laut Bundesbank seit dem Jahr 2000 um 14,6 Prozent auf fast 1.017 Milliarden Euro gestiegen. Gleichzeitig gelten inzwischen 3,4 Millionen Haushalte in

Deutschland als überschuldet. Laut Creditreform SchuldnerAtlas 2006 sind rund 7,2 Millionen Deutsche überschuldet, das ist mehr als jeder zehnte erwachsene Einwohner. Tendenz weiter steigend. Gleiches gilt für die Verbraucherinsolvenzen. Im ersten Halbjahr 2007 mussten bereits 51.600 Betroffene Privatinsolvenz anmelden, 18,2 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum.

Diese Zahlen lassen vermuten, dass der Kundenbonität zuletzt nicht immer die eigentlich erforderliche Bedeutung im Rahmen der Kreditvergabe durch Banken zukam – sicherlich auch vor dem Hintergrund bisher günstiger Refinanzierungsmöglichkeiten der Banken selbst. Sollten die Banken jetzt dazu übergehen, die Kreditkonditionen für Privatpersonen wieder stärker an der Kundenbonität auszurichten, wäre dies eine begrüßenswerte Kurskorrektur. Die Möglichkeit für Privatpersonen, Konsumfinanzierung über Kredite zu betreiben, würde dadurch allerdings eingeschränkt.

Kreditsicherheit durch Gläubigerschutz

Creditreform setzt sich seit 1879 mit Nachdruck für die berechtigten Interessen von Unternehmen und Banken und für die Ausfallsicherheit von Krediten ein. Mit der Leitidee des streng bonitätsbasierten Gläubigerschutzes ermöglicht Creditreform verlässliche Kreditentscheidungen auf der Basis des tatsächlichen Ausfallrisikos. Gerade vor dem

Hintergrund der bereits erwähnten Banken- und Hypothekenkrise wird deutlich, welche immense Bedeutung aktuelle Wirtschaftsauskünfte zu Unternehmen und Privatpersonen sowie die Ratings der Creditreform Rating AG – um nur einige Produkte exemplarisch zu nennen – für das Kreditgeschäft besitzen.

Durch die Überwindung von Informationsasymmetrien verbessern die genannten Dienstleistungen die Funktionsfähigkeit der Kredit- und Gütermärkte. Sie sind unverzichtbar für die Konditionierung und Risikosteuerung von Kreditgeschäften. Die Bedeutung von Bonitätsinformationen kann daher – gerade im Zeitalter von Basel II – nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Leider wird der Gläubigerschutz in Deutschland aber auch durch Einschnitte des Gesetzgebers wachsendem Druck ausgesetzt: Im Zusammenhang mit der Novellierung des GmbH-Rechts hatte Creditreform schon Anfang des letzten Jahres davor gewarnt, das Mindeststammkapital bei der GmbH von 25.000 auf 10.000 Euro zu senken. Hintergrund dieser Warnung war das Ergebnis einer Creditreform Analyse von 100.000 Gesellschaften mit beschränkter Haftung. Dabei zeigte sich, dass die Insolvenzanfälligkeit von Kapitalgesellschaften steigt, je geringer deren Stammkapital ist.

Das Beispiel der englischen Ein-Pfund-Billigrechtsform Limited zeigt, dass die Herabsetzung bzw. gänzliche Abschaffung des Mindeststammkapitals keine Lösung ist, um

ein qualitativ hochwertiges und dauerhaft existenzfähiges Gründungsgeschehen zu initiieren. Das zeigen auch die Angaben des Companies House: Die Abmeldungen entsprechen aktuell 50 Prozent der vor einem Jahr getätigten Anmeldungen und 97 Prozent der vor zwei Jahren angemeldeten Limiteds. Im Durchschnitt aller neugegründeten deutschen Unternehmen überleben dagegen nach zwei Jahren 71 Prozent und selbst nach fünf Jahren so viele, wie bei der Limited nach einem Jahr noch übrig bleiben. Eine Creditreform Analyse ergab, dass zum Stichtag 4. Juni 2007 insgesamt 32.600 Limiteds existierten. Knapp 3.600 davon wurden in die Bonitätsklasse 600 eingestuft, das heißt, die Unternehmung ist insolvent. Daraus ergibt sich eine Risikoquote (Insolvenzbetreffenheit pro 10.000 Unternehmen) von 1.104 – von 10.000 existenten Limiteds sind 1.104 zahlungsunfähig oder überschuldet. Der bundesweite Vergleichswert über alle Rechtsformen hinweg liegt bei einer Risikoquote von 93. Da Limited-Gründungen in Deutschland erst seit 2003 möglich sind, belegen diese Zahlen eine erschreckend hohe Säuglings- und Kindersterblichkeit dieser Rechtsform in Deutschland – mit gravierenden Folgen für Kunden und Gläubiger. Darüber hinaus leidet die Limited unter ihrem miserablen Image. Die Akzeptanz von Unternehmen in der Rechtsform Limited ist sowohl bei Zulieferern als auch bei anderen Vertragspartnern mit langfristigen Geschäftsbeziehungen gering. Noch drastischer ist die Ablehnung durch Kreditgeber, die starke Vorbehalte hegen, mit Limited-Firmen Geschäfte zu machen.

Trotz dieser Erfahrungen plant die Bundesregierung die Einführung einer neuen GmbH-Variante mit dem Namen „Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)“. Diese Rechtsform soll ohne jedes Mindestkapital gegründet werden können. Wulf Goette, Deutschlands oberster Richter für Gesellschaftsrecht am BGH, fällt schon vor ihrem Start ein vernichtendes Urteil über die geplante Unternehmergesellschaft: „Deren Schutzniveau bleibe weit hinter früheren Plänen zurück. Denn der Gesetzentwurf verzichte auf ein Mindestkapital, das diese Bezeichnung verdiene, ersetze dieses Defizit aber nicht durch andere Vorschriften zum Schutz der Gläubiger. Diese würden ohne zusätzliche Sicherheiten wohl kaum Geschäfte mit einem solchen Unternehmen machen.“ (Quelle: F.A.Z.) Dieser Bewertung schließt sich Creditreform ausdrücklich an und warnt vor einer deutschen Neuauflage der englischen Limited im Gewand der „Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)“.

Die Warnung vor einer Herabsetzung bzw. der Abschaffung des Mindeststammkapitals bei Gründungen muss auch im Zusammenhang mit der damit verbundenen Erleichterung betrügerischer Firmengründungen gesehen werden. Wie später noch am Beispiel der Leasingbranche zu sehen sein wird, stellen systematische Betrügereien ein ernst zu nehmendes Problem für die Unternehmen dieser Branche dar. Es setzt sich immer mehr die Erkenntnis durch, dass Leasingfahrzeuge bevorzugte Verwertungsob-

jekte für international agierende Organisationen geworden sind. Überspitzt lässt sich das Problem so umreißen: Fahrzeuge werden heute nicht mehr geklaut, sondern geleast oder finanziert! Zum Schutz kommen inzwischen effektive Maßnahmen zur Betrugsprävention zum Einsatz, an deren Entwicklung Creditreform maßgeblich beteiligt ist.

Diese Beispiele – die Welt der Großfinanz, die Frage der GmbH-Reform und die Betrugsprävention im Leasing – zeigen, wie ungebrochen wichtig die Themen Gläubigerschutz und Kreditsicherheit sind. Mit der Leitidee des bonitätsbasierten Gläubigerschutzes ist Creditreform daher an einer Schlüsselstelle des Wirtschaftslebens positioniert. Alle Dienstleistungen und Services der Unternehmensgruppe dienen in letzter Konsequenz dazu, Kreditvergaben zu ermöglichen und Kreditausfälle zu verhindern.

Wachstum in Deutschland und Europa

Die Bedeutung des Gläubigerschutzes lässt sich auch an den wichtigsten Kennzahlen der Creditreform Gruppe zum Jahr 2006 ablesen: Das Wachstum setzt sich weiter fort. So erzielte Creditreform im vergangenen Jahr in Deutschland einen Umsatz von 458 Millionen Euro (2005: 446 Millionen Euro). Das entspricht einem Umsatzwachstum von 2,7 Prozent bzw. 12 Millionen Euro. Die größten Anteile am erzielten Umsatz entfallen auf die traditionellen Kerndienstleistungen der Unternehmensgruppe Creditreform:

- Wirtschaftsauskünfte mit einem Umsatz von 240 Millionen Euro (2005: 225 Mio.)
- Forderungsmanagement (inkl. Factoring) mit einem Umsatz von 175 Millionen Euro (2005: 168 Millionen Euro)
- Die unter dem Dach der Creditreform AG tätigen zentralen Servicegesellschaften (u.a. CEG Creditreform Consumer GmbH, Creditreform Rating AG oder bedirect) trugen 2006 mit 43 Millionen Euro (2005: 44 Millionen Euro) zum Gesamtumsatz der Unternehmensgruppe bei

Diese Kennzahlen stehen für die Arbeit von inzwischen 4.000 Mitarbeitern (2005: 3.950 Mitarbeiter) in Deutschland, die in den bundesweit 130 dezentral organisierten Gesellschaften oder am Verbands- und AG-Sitz in Neuss tätig sind. Die Anzahl der Creditreform Mitgliedsunternehmen (Kunden) liegt stabil bei 125.000.

Die Entwicklung des internationalen Geschäftes von Creditreform zeigt, dass der Idee des Gläubigerschutzes gerade international noch größere Bedeutung zukommt. So stieg der Umsatz der gesamten Creditreform Gruppe im Geschäftsjahr 2006 gegenüber dem Vorjahr von 483 Millionen Euro um 3,5 Prozent bzw. 17 Millionen Euro auf 500 Millionen Euro. Damit hat Creditreform die Umsatzprognose aus dem Vorjahr annähernd erreicht. Europaweit kümmern sich inzwischen 4.500 Mitarbeiter (2005: 4.350) um 165.000 Mitglieder und Kunden. Creditreform ist mit 174

Gesellschaften in 19 europäischen Ländern vertreten. Dabei dominieren die Reformstaaten Mittel- und Osteuropas. In den westeuropäischen Ländern arbeitet Creditreform in einem Online-Verbund flächendeckend mit führenden nationalen Informationsanbietern zusammen.

Im laufenden Jahr erwarten wir im Bereich unserer Kerndienstleistungen eine durchgängige Absatzsteigerung von 2,5 bis 3 Prozent. Für das Gesamtjahr 2007 sollte der Umsatz auf 515 Millionen Euro steigen, ein Plus von 3 Prozent.

Das Wichtigste vorab in Kürze

Run auf die Bilanzdatenbank

Die Bilanzdatenbank der Creditreform Rating AG umfasst inzwischen mehr als 400.000 strukturiert erfasste Jahresabschlüsse von über 150.000 Unternehmen. Auf der Grundlage der vorhandenen Bilanzdaten sowie weiterer quantitativer und qualitativer Aspekte erstellt die Creditreform Rating AG verlässliche Bonitätsurteile. Ein Grund für den Erfolg der Bilanzdatenbank ist im Gesetz über elektronische Handelsregister und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister (E-HUG) zu sehen, das einen begrüßenswerten Transparenzschub in der deutschen Unternehmerlandschaft ausgelöst hat. Im Vergleich zur rein quantitativen Datensammlung besitzt die Creditreform Unternehmens-

auskunft weiterhin einen qualitativen Mehrwert, der sich aus der genauen Analyse und Interpretation aller zu einem Unternehmen zur Verfügung stehenden Daten ergibt.

Ausbau der internationalen Zusammenarbeit

Im Zuge der zunehmenden Internationalisierung der Geschäftstätigkeit hat Creditreform zusammen mit Co-face EasyNumber[®] eingeführt. Das weltweite Firmenidentifikationssystem basiert auf einer eindeutigen Identifikationsnummer. Aktuell umfasst die EasyNumber[®]-Datenbank 25 Millionen Unternehmen.

Ebenfalls im Kontext der internationalen Zusammenarbeit sowie der Globalisierung des deutschen Mittelstandes ist die Entwicklung des Creditreform Inkasso-Indikators International zu sehen. Der Indikator untersucht, wie hoch die Chancen im jeweiligen Land stehen, bereits notleidende Forderungen einziehen zu können. Die Ergebnisse der ersten Veröffentlichung im März zeigen, dass die Chancen, trotz einer erfolglosen Mahnung noch an sein Geld zu kommen, in Österreich, Belgien und Deutschland sehr gut sind. Am unteren Ende der Rangliste rangieren Japan, Indien und das Schlusslicht Russland.

Zahlungserfahrungspool wächst dynamisch

Unternehmen der verschiedensten Branchen liefern ihre Zahlungserfahrungen mit Geschäftspartnern an ZaC, den Zahlungserfahrungs-Pool von Creditreform. Der

Pool dient zur firmenübergreifenden Analyse und Bewertung der Zahlungsweise von Unternehmen und umfasst inzwischen annähernd 60 Millionen einzelne Zahlungserfahrungen. Die Pooldaten sind eine wichtige Grundlage für den im Mai erstmals veröffentlichten Creditreform ZaCX, der das Zahlungsverhalten mittelständischer Kunden anhand einer Punkteskala von 0 bis 100 abbildet.

Aktiver Anlegerschutz

Seit Juli 2007 können Unternehmen innerhalb eines abgestuften Rating-Verfahrens eine Lizenz auf das neue Creditreform Bonitäts-Gütesiegel erwerben. Das Bonitäts-Gütesiegel dokumentiert die besondere Bonität eines Unternehmens und damit seine Verlässlichkeit für Geschäftspartner und Investoren.

Stark wachsende Nachfrage nach Privatpersonenauskünften

Während die Anzahl der Unternehmensinsolvenzen zuletzt gesunken ist, hat die Menge der Verbraucherinsolvenzen mit 92.450 Fällen im Jahr 2006 einen neuen negativen Höchststand erreicht. Parallel dazu steigt die Nachfrage nach Informationen zur Bonität von Privatpersonen kontinuierlich an. 2006 erteilte die CEG Creditreform Consumer GmbH 14,5 Millionen Privatpersonenauskünfte, das sind knapp 21 Prozent mehr als im Jahr davor.

Creditreform als Transformator in der Informationswirtschaft

Das Wachstum des ZaC-Datenpools, der Bilanzdatenbank, sowie der durch den Gesetzgeber ausgelöste Transparenzschub (EHUG) sind greifbare Anzeichen einer Informationsflut von Daten über deutsche Unternehmen. Creditreform ist dank des ständig erweiterten Dienstleistungsportfolios in der Lage, diese Informationsflut aufzunehmen, zu bündeln, zu analysieren, zu strukturieren und letztendlich in anwendbares Wissen im Hinblick auf die Schutzinteressen des Gläubigers umzuwandeln. Mit diesem Leistungsportfolio positioniert sich Creditreform gleichermaßen als Traditionsunternehmen und moderner Full-Service-Anbieter für Kundengeschäftsprozesse im integrierten Debitoren- und Risikomanagement.

Das Spektrum umfasst alle Phasen der Kundenbeziehung unter den Gesichtspunkten der Akquisition sowie des Kredit- und Forderungsmanagements. So bietet Creditreform auch Lösungen an, um den vorhandenen Adressdatenbestand in Unternehmen zu aktualisieren und unter dem Gesichtspunkt des Ausfallrisikos zu bewerten. Hintergrund dieser Dienstleistung ist, dass 10 bis 30 Prozent der in den Informationssystemen von Unternehmen gespeicherten Adressen als fehlerhaft gelten. Beginnend mit der bonitätsbasierten Auswahl und Ansprache von Neukunden, reicht das Leistungs-Spektrum über Bonitätsinformationen zu Unternehmen und Privatpersonen bis hin zu kompletten Sys-

templattformen für das unternehmensinterne Risikomanagement und ausgefeilten Forderungsmanagement-Tools.

Die verbindende Leitidee aller Dienstleistungen der Unternehmensgruppe Creditreform ist dabei der Gläubigerschutz. Ziel ist, Zahlungsausfälle zu verhindern oder die Auswirkungen zu minimieren. Mit diesem ganzheitlichen Gesamtpaket zum Gläubigerschutz leistet Creditreform einen wichtigen Beitrag zur Liquiditätssicherung der Kunden.