

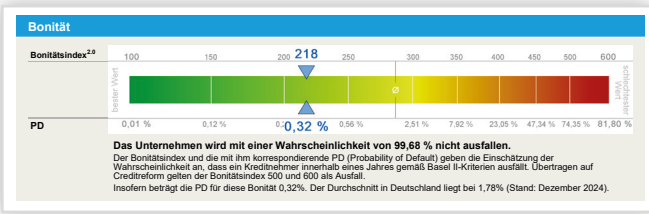


WIRTSCHAFTSINFORMATIONEN

CREDITREFORM BONITÄTSINDEX

Creditreform Bonitätsindex

Der Creditreform Bonitätsindex ermöglicht eine schnelle und direkte Einschätzung der Bonität – und damit der Kreditwürdigkeit eines Kunden oder Geschäftspartners. Mit der genauen Angabe der Ausfallwahrscheinlichkeit lassen sich geschäftliche Chancen und Risiken erkennen.



Creditreform entwickelt die Berechnungsmethodik des Bonitätsindex stetig weiter. Dabei kommen ausgereifte mathematisch-statistische Analyseverfahren zum Einsatz. Berücksichtigt werden dabei strukturelle Veränderungen in der Wirtschaft ebenso wie Änderungen der Ausfallwahrscheinlichkeiten in einzelnen Marktsegmenten.

Datenqualität

Seine hohe Prognosegüte verdankt der Bonitätsindex der breiten Creditreform Datenbasis. Grundlage für die Berechnung sind die in der Creditreform Firmendatenbank vorliegenden Informationen zu einem Unternehmen. Mit rund 5 Mio. Datensätzen ist sie die weltweit größte Datenbank zu deutschen Unternehmen. Sie enthält unter anderem mittlerweile mehr als 19 Mio. Bilanzdaten, Branchenkennzahlen und 49 Mio. aktuelle Zahlungserfahrungen allein über das Debitorenregister Deutschland.

Berechnungsmethodik

Für die Berechnung des Creditreform Bonitätsindex wird eine Vielzahl von Informationen bewertet, auf denen die Bonität eines Unternehmens gründet. Die einzelnen Informationen werden zu einem Gesamtwert zusammengefasst und in Form einer dreistelligen Zahl dargestellt.

Diese Merkmale fließen in die Ermittlung des Creditreform Bonitätsindex ein:

- Krediturteil
- Zahlungsweise
- Jahresabschlussdaten
- Branchenrisiko
- Unternehmensentwicklung
- Umsatz
- Rechtsform
- Unternehmensalter
- Regionenrisiko
- Auftragslage
- Kapital
- Erfahrung Management
- Anzahl Mitarbeiter
- Relation Umsatz/Mitarbeiter
- Relation Kapital/Umsatz

Darüber hinaus werden weitere exklusive Creditreform Informationsquellen berücksichtigt. Darunter fallen insbesondere:

- Externe Zahlungserfahrungen
- Jahresabschlussdaten
- Branchenrisiko

Ermittlung des Bonitätsindex

Alle bonitätsrelevanten Merkmale werden im Rahmen einer qualitativen und quantitativen Analyse einzeln bewertet und zu einer Gesamtnote, dem Creditreform Bonitätsindex, verdichtet. Die Bedeutung der einzelnen Merkmale für die Bonitätsbewertung ist unterschiedlich. Daher werden sie entsprechend ihrer Relevanz gewichtet.

Schematische Ermittlung

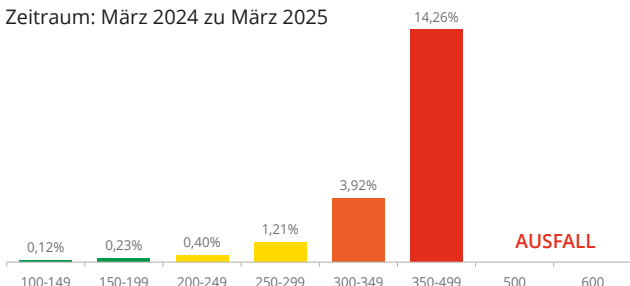
Risikofaktoren	Gewichtung in %	Klassifikation					
		1	2	3	4	5	6
Zahlungsweise	25		50				
Krediturteil	25		50				
Unternehmensentwicklung	5			15			
Auftragslage	5			15			
Rechtsform	4				16		
Branche	6		12				
Unternehmensalter	4		8				
Umsatz	5			15			
Mitarbeiterzahl	4			12			
Umsatz / Mitarbeiter	2		4				
Gezeichnetes Kapital	5		10				
Bilanzbonität	10		20				
Summe	100	0	154	57	16	0	0
Bonitätsindex		227					

Punktgenaue Bonitätsbewertung

Der Creditreform Bonitätsindex kann einen Wert von 100 bis 500 und 600 annehmen. Je niedriger der Bonitätsindex, desto besser ist die Bewertung des Unternehmens. Um Forderungsausfällen vorzubeugen, empfehlen wir bei hohen Werten zusätzliche Sicherheiten. Bei Vorliegen unklarer Sachverhalte wird kein Bonitätsindex vergeben.

Ausfallwahrscheinlichkeiten (PD) gemäß Creditreform Bonitätsindex

Zeitraum: März 2024 zu März 2025



Der Bonitätsindex und die mit ihm korrespondierende PD geben die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit an, dass ein Kreditnehmer innerhalb von zwölf Monaten in eine der beiden schlechtesten Bonitätsklassen des Creditreform Bonitätsindex (500 oder 600) wandert. Diese Definition entspricht den Ausfallkriterien gemäß Basel II.

Der Creditreform Bonitätsindex ist zentraler Bestandteil der Creditreform Auskunftsprодукte zur Bewertung der Unternehmensbonität. Seine Trennschärfe und damit die Eignung als aussagekräftiger Indikator für das Kreditmanagement ist wissenschaftlich bestätigt.

Der Einsatz prognosestarker statistischer Bewertungsmodelle bei der Berechnung sowie umfangreiche Qualitätsprüfungen garantieren die Aussagekraft der Bewertung. Auf dieser Basis lassen sich langfristig profitable Kundenbeziehungen von risikobehafteten Geschäften zuverlässig unterscheiden.