



Karl Heinz Morgenroth (Autor)

# **Ökonomische Analyse der Funktionen von Rating durch Ratingagenturen im Rahmen einer Gläubiger- Schuldner-Beziehung**

Dr. Karl-Heinz Morgenroth

Ökonomische Analyse der Funktionen von  
Rating durch Ratingagenturen im Rahmen  
einer Gläubiger-Schuldner-Beziehung



Cuvillier Verlag Göttingen

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/2040>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentzsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,  
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: [info@cuvillier.de](mailto:info@cuvillier.de), Website: <https://cuvillier.de>

# I

## INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	IV
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Begriffsabgrenzungen und -bestimmungen	2
1.2.1 Credit Rating als zu untersuchende Ratingform	2
1.2.2 Ratingagenturen	3
1.2.3 Gläubiger-Schuldner-Beziehung	4
2 Grundlagen des Rating	4
2.1 Bonitätsrisiko als Rating-Gegenstand	4
2.2 Bonitätsrisikobeurteilung durch Ratingagenturen	6
2.2.1 Analyseziel von Risikobeurteilungen	6
2.2.2 Rating-Definitionen und –Klassifikationen	7
2.2.3 Rating-Systeme	8
2.2.4 Analysekriterien der Agenturen	10
2.2.5 Ablauf des Rating-Prozesses	12
3 Grundlegende Probleme in Gläubiger-Schuldner-Beziehungen	17
3.1 Charakterisierung der Beziehung	17
3.2 Agency-Kosten	19
3.3 Rating als Instrument zur Überwindung von Agency-Problemen	20
3.3.1 Reduzierung der Informationsasymmetrie	20
3.3.1.1 Rating als Signal	21
3.3.1.2 Rating als Screening-Indikator	23
3.3.2 Schaffung eines Anreizsystems	23
3.3.3 Einschränkung der Schädigungsmöglichkeiten	24

## II

4	Funktionen des Ratings im Finanzmanagement	26
4.1	Rating-Funktionen aus Gläubigersicht	26
4.1.1	Informationsfunktion	26
4.1.1.1	Statische Information	26
4.1.1.2	Dynamische Information	27
4.1.2	Risikoidentifikation und Strukturierungsfunktion	29
4.1.3	Gesamtrisikosteuerung von Banken	30
4.1.4	Analysefunktion bei der Performance-Messung	30
4.1.5	Überwachungsfunktion	31
4.2	Rating-Funktionen aus Emittentensicht	32
4.2.1	Informationsfunktion	32
4.2.2	Gestaltungsfunktion für die Emissionspolitik	34
4.2.3	Ergänzung für das Finanz- und Unternehmensmarketing	35
4.2.4	Stabilisierungsfunktion	38
4.2.5	Offenlegungs- und Zertifizierungsfunktion	39
4.3	Regulierungsfunktion des Rating: Formen und Motive gesetzgeberischer Rating-Anknüpfung	40
5	Zusätzliche Agency-Beziehungen unter Berücksichtigung von Ratingagenturen	42
5.1	Ratingagentur und Kapitalnehmer	43
5.1.1	Die Ratingagentur als Principal	43
5.1.2	Der Emittent als Principal	45
5.2	Ratingagentur und Kapitalgeber	46
5.2.1	Abhängigkeit	46
5.2.2	Eigeninteresse	48
5.2.3	Mangelnder Ressourceneinsatz	49
5.2.4	Doppelratings und Split Ratings	50
5.3	Reputationsansätze zur Lösung von Intermediär-Agency- Problemen	51
6	Zusammenfassung und Ausblick	54

### III

7	Anhang	56
7.1	Bedeutung von Rating-Symbolen der führenden Agenturen	58
7.2	Analysestufen und Inhalte der Ratinganalyse	58
7.3	Aufspaltung der Analyse des Unternehmensrisikos	58
7.4	Typischer Zeitablauf bei erstmaligem Rating	59
7.5	Motive zur Rating-Beantragung aus Emittentensicht	59
8	Literaturverzeichnis	60

## IV

### ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Principal-Agent-Beziehung unter Berücksichtigung von Ratingagenturen	43
<b>Anhang</b>		
Abbildung 2:	Analysestufen und Inhalte der Ratinganalyse	58
Abbildung 3:	Aufspaltung der Analyse des Unternehmensrisikos	58
Abbildung 4:	Typischer Zeitablauf bei erstmaligem Rating	59

### TABELLENVERZEICHNIS

#### **Anhang**

Tabelle 1:	Symbole und Definitionen beim Bond Rating von Moody's, S & P's und Fitch	56-57
Tabelle 2:	Motive zur Rating-Beantragung aus Emittentensicht	59