

Inhalt

Geleitwort	5
Vorwort	7
1 Rating im genossenschaftlichen Handel – von der Kreditversicherung zur ganzheitlichen Kundenbetrachtung	11
<i>Bernd Oppenländer</i>	
2 Bedeutung des Debitorenratings für das Working Capital Management	27
<i>Bianca Heyke / Michael Stahl</i>	
3 System eines Debitorenratings	45
<i>Franko Faul</i>	
4 Debitorenrating als Basis des Kreditrisikomanagements in Unternehmen.....	57
<i>Michael Lister</i>	
5 Aufbau- und Ablauforganisation des Debitorenratings in einem weltweit agierenden Konzern.....	75
<i>Götz Schürmann</i>	
6 Länderrating und sein Einfluss auf die Kundenbeurteilung.....	91
<i>Björn Bucher</i>	
7 Einführung des Kundenratings im Kreditmanagement eines Handelsunternehmens – Anforderungen, Funktionen und Nutzen am Beispiel der BayWa AG München	109
<i>Rudolf Käßler</i>	
8 Analyse von Ratinginstrumenten in der Automobilzulieferindustrie	123
<i>Ralf Herkenhoff</i>	
9 Ratingoptimierte Risikoabsicherung im Maschinen- und Anlagenbau.....	133
<i>Michael Hannig</i>	
10 Ansatzpunkte zur Optimierung des Ratings	147
<i>Grit Becker</i>	
11 Integrative Systemlösungen zum Auskunftsmanagement.....	161
<i>René Donko</i>	

12	Strategien zum Debitorenmanagement im Wachstumsunternehmen – Beispiel Phoenix Contact GmbH & Co. KG	181
	<i>Peter Karaski</i>	
13	„Interner und externer Nutzen des Debitorenratings nach dem MBO“	197
	<i>Roger Mellinghausen</i>	
14	Kreditrisikoversicherung in Abgrenzung zu anderen Instrumenten des Debitorenrisikomanagements	201
	<i>Dr. Werner Gleißner / Olaf Keller</i>	
15	Warum Credit Management?.....	217
	<i>Nicole Neumerkel / Jan Schneider-Maessen</i>	
	Die Herausgeber	225
	Die Autoren	227