

Nutzen interner Informationen im Kreditmanagement

Bei längerfristigen Geschäftsbeziehungen sollten die systematische Auswertung und Aufbereitung interner Zahlungserfahrungen unbedingt zur Bonitätsbeurteilung und Limitvergabe im Kreditmanagement genutzt werden.

Der Trend steigender Unternehmensinsolvenzen von 2008 bis 2010 hat sich 2011 zwar umgekehrt, die Auswirkungen der derzeitigen Finanzmarktentwicklungen auf die konjunkturelle Situation sind jedoch noch nicht abschätzbar. Auch deshalb kommt dem Kreditausfallrisiko im B2B-Geschäft eine besondere Rolle zu.

Mit der üblichen Gewährung von Zahlungszielen ist für den Gläubiger regelmäßig das Risiko verbunden, dass der Schuldner seinen Zahlungsverpflichtungen nicht vereinbarungsgemäß nachkommt, also entweder zu spät, nicht in voller Höhe oder aber gar nicht zahlt. Risikofrüherkennungssysteme sollen helfen, diese Risiken frühzeitig zu identifizieren, um entsprechende Handlungsmaßnahmen einleiten zu können. Ein solches System kann jedoch immer nur so gut sein wie die zugrunde liegenden Frühwarnindikatoren. Die unternehmensinternen Kunden-Informationen stellen besonders bei der kontinuierlichen Überwachung eine wertvolle Ressource dar, die systematisch genutzt werden sollte. Dr. Andrea Eickemeyer, Leiterin Consulting bei der Prof. Schumann GmbH, erläutert: „Insbesondere bei längerfristigen Geschäftsbeziehungen mit regelmäßigen und hohen Umsätzen, lässt sich gut erkennen, ob es sich um einen pünktlichen, zuverlässigen, soliden Zahler handelt. Zudem sind interne Informationen naturgemäß sehr aktuell und stehen auch noch kostenlos zur Verfügung.“ Auf Basis von eigenen Zahlungserfahrungen können sogar schleichende Bonitätsverschlechterungen mit Hilfe statistischer Modelle frühzeitig erkannt, dem Kreditmanager signalisiert und somit Forderungsausfälle reduziert oder gar verhindert werden.

Neben dem Kreditmanagement profitiert auch der Vertrieb. Durch die umfangreiche Integration und Auswertung interner Informationen werden Vertriebsmitarbeiter verstärkt für kreditpolitische Zielsetzungen sensibilisiert. Der Vertrieb kann sich so von vornherein auf Kunden mit stabiler Bonitätsprognose konzentrieren.

Andersherum muss sich das Kreditmanagement die Frage stellen, ob durch Maßnahmen zur Risikoreduktion Umsatz mit positiven Gewinnbeiträgen verhindert würde. Die Einbindung der Vertriebsseite, z. B. im Rahmen eines Kundenwerts ist durchaus von großer Relevanz für den unternehmerischen Erfolg. Eine enge Abstimmung zwischen Vertrieb und Kreditmanagement ist deshalb unbedingt erforderlich. Sie lässt sich mit Hilfe einer systemgestützten Lösung leicht realisieren und führt bei unseren Kunden zu bisher ungewöhnlichen Verbündeten: dem Vertriebsmitarbeiter und dem Kreditmanager.

Interne Informationen stellen für das Kreditmanagement eine wertvolle Ressource dar. Systematisch aufbereitet und zielorientiert in das IT-gestützte Kreditmanagement integriert lässt sich ein effektives Frühwarnsystem aufbauen. Eine hohe Qualität eines solchen Frühwarnsystems lässt sich jedoch nur durch den Einsatz geeigneter, trennscharfer Kennzahlen erreichen.

Wer mehr darüber erfahren möchte, kann unter www.prof-schumann.de/pressespiegel den Fachartikel „Potenziale interner Informationen im Kreditrisikomanagement“ von Dr. Andrea Eickemeyer lesen. (erschieden in: *Neue Informationstransparenz im Credit Management - Wertsteigerung durch interne und externe Informationsquellen*, von Koeberden, A., Schneider-Maessen, J., Schumann, M. und Weiß, B. (Hrsg.), BOSS-Verlag, Goch 2011)

Die Prof. Schumann GmbH mit Sitz in Göttingen ist eines der führenden Beratungs- und Softwareunternehmen im Bereich Kreditmanagement. Ausgehend von betrieblichen Prozessen identifiziert und analysiert die Prof. Schumann GmbH Problemfelder und erarbeitet individuelle Lösungen. Je nach Aufgabenstellung berät die Prof. Schumann GmbH darüber hinaus beim Einsatz entsprechender Softwaresysteme. Weitere Informationen unter: www.prof-schumann.de

