



Foto: fl online

**Distanzhändler vermeiden Forderungsausfälle bereits durch die Auswahl der angebotenen Zahlungsmittel. Factoring ermöglicht dabei auch einen sicheren Versand auf Rechnung.**

## FORDERUNGSMANAGEMENT

# Klare Entscheidungen

Zahlen mit einer Kreditkarte, die es noch gar nicht gibt? Beim Internetbuchhändler Amazon kein Problem: Warenkorb füllen, Kreditkarte bestellen, Adresse und Bankverbindung angeben und ab geht die Post. Innerhalb von Sekunden kann der Kunde Einkauf und Kreditkartenantrag über ein und dieselbe Eingabemaske im Webshop erledigen. „Das war eine Bedingung von Amazon, sonst hätten sie die Karte nicht eingeführt“, erinnert sich Dr. Tilo Schürer von der Landesbank Berlin, die die Amazon-Visa-Karten herausgibt. „Jedes zusätzliche Eingabefeld er-

höht im Internet die Anzahl der Kaufabbrüche, deshalb musste es so schnell und einfach wie möglich gehen.“

Mehr als 250.000 Karten hat der Internethändler bereits unter das Volk gebracht. Auch eBay offeriert inzwischen eine Kreditkarte im Schnelldurchlauf – im Fachterminus „Instant approval“ genannt. Wer im E-Commerce mithalten will, muss sich an diesem Service-Level messen. Möglich ist die Waren- und Kartenausgabe an anonyme Besteller nur durch sogenanntes Scoring. Um Forderungsausfälle und Betrug ein-

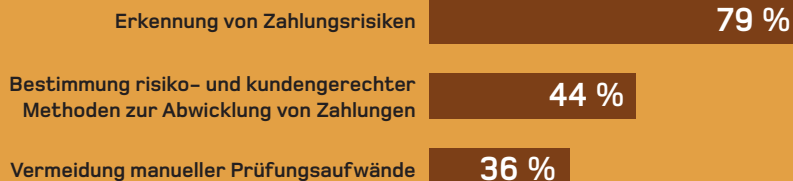
zudämmen, müssen die Händler schon während des Bestellvorgangs erkennen, ob sie es mit einer guten oder schlechten Adresse zu tun haben. „Aus dem modernen Massendistanzgeschäft sind Scoring-Verfahren nicht mehr wegzudenken“, weiß Dr. Regina Becker, Key Account Managerin bei der Auskunftsfirma Schufa. „In jeder Phase der Kundenbeziehung, von der Akquise bis zum Inkasso, wird Scoring genutzt.“

### Ausfälle verhindern

Alle Daten, die der Besteller zur Verfügung stellt, werden bei diesen sta- ➤

## Zahlungsrisiken erkennen

Was sind die drei größten Hürden bei der Vermeidung von Zahlungsausfällen?



Quelle: Umfrage unter Onlineshop-Betreibern, ibi research.



1. Mahnung  
Wir bitten um sofortigen Ausgleich

➤ tistisch-mathematischen Prognoseverfahren mit externen Informationen verknüpft, gewichtet und bewertet, um eine Aussage über das voraussichtliche Zahlungsverhalten der betreffenden Person treffen zu können. Allein aus Name und Adresse des unbekanntes Gegenübers kann ein Scorewert gebildet werden, der beispielsweise grünes oder rotes Licht für eine Lieferung auf Rechnung bedeuten kann. Je mehr Informationen zusammenkommen, desto verlässlicher werden die Prognosen.

überall frei zugänglich. Wenn die eingesetzt werden, sollten bei Versendern die Alarml Glocken läuten“, nennt Sven Slazenger, Bonitätsprüfungsexperte im Bundesverband der Dienstleister für Online Anbieter (BDOA), ein Beispiel. „Für die Zugehörigkeit von Kontonummer und Bankleitzahl gibt es einen bekannten Algorithmus, das sollte jeder Webshop ohne großen Aufwand überprüfen können.“ Dennoch werden solche Vorkehrungen häufig nicht getroffen, kritisiert der Geschäftsführer der InterLake Media GmbH.

### Individuelle Limits

Der Einsatz von Scoring-Verfahren ist für Distanzhändler ein effizienter Schutz vor Forderungsausfällen. Allerdings müssen die automatisierten Entscheidungswege immer wieder evaluiert und angepasst werden, sonst schleichen sich teure Fehler ein: „Bei Bestandskunden sind wir mit der Zeit immer häufiger in die Falle getappt“, erläutert Ulrich Bensemann, kaufmännischer Leiter der Rossmann Online GmbH im Gespräch mit **Der Handel**. „Wer gestern noch ein guter Kunde war, zahlte auf einmal nicht mehr.“ Für die plötzliche Arbeitslosigkeit oder

andere gravierende Veränderungen im Leben des Kunden waren die Scoring-Parameter des Onlineshops blind. Eine Problematik, mit der im kommenden Jahr viele Handelsunternehmen konfrontiert sein werden, wenn die Zahl der Arbeitslosen und der Privatinsolvenzen wieder ansteigt.

Bei Rossmann hat man bereits reagiert: „Mittlerweile haben wir uns von den einfachen Grün-gelb-rot-Entscheidungen verabschiedet und eine kundenindividuelle Limitsteuerung eingeführt.“ Für Neu- und Bestandskunden gelten nun unterschiedliche Bestellhöchstgrenzen. Nach Kundenhistorie und Zahlverfahren differenziert, werden die Limitsetzungen laufend aktualisiert und angepasst. Entwickelt wurde die neue Systematik in Zusammenarbeit mit dem Scoring-Dienstleister Infoscore. „Wir konnten unsere Inkassoquote auf diese Weise um 30 Prozent reduzieren – ohne dass sich die Zahl der angenommenen Bestellungen geändert hätte“, bilanziert Bensemann.

Der Erfolg bei den Bonitätsprüfungen hat allerdings einen Haken: Dem kaufmännischen Leiter sitzt nun der Marketingkollege im Nacken. Dieser würde gerne auch den



„Wir konnten die Inkassoquote um 30 Prozent senken.“

Ulrich Bensemann  
Rossmann Online GmbH

Häufig helfen im Online- und Versandhandel aber auch schon ganz einfache Prüfroutinen, potenzielle Betrüger unter den Bestellern herauszufiltern: „Bankverbindungen von Spendenorganisation oder öffentlichen Einrichtungen sind

„Kauf auf Rechnung“ anbieten, um neue Kunden und Umsätze für den Webshop zu gewinnen. „Noch wehre ich mich erfolgreich dagegen, aber lange wird es nicht mehr gut gehen“, sagt Bensemann mit einem Schmunzeln.

### Kauf auf Rechnung

Zwischen kaufmännischer Leitung und Marketing verläuft damit eine Konfliktlinie, die für Webshop-Betreiber klassisch ist: Einerseits verspricht das Angebot von „Kauf auf Rechnung“ Umsatzzuwächse, da die Kunden die für sie absolut sichere Zahlart schätzen. Andererseits bedeutet er für den Händler das höchste Risiko, da im Ernstfall Geld und Ware weg sind.

Der Kauf auf Rechnung ist allerdings auch mit Zahlungsgarantie möglich. Das Zauberwort heißt „Factoring“. Bislang ist der Forderungsaufkauf vor allem zwischen Hersteller und Lieferanten oder im Großhandel üblich. In zunehmendem Maße hält Factoring

jedoch auch in das B2C-Geschäft Einzug. „Immer mehr Online-shops, die den Kauf auf Rechnung anbieten wollen, fragen diese Dienstleistung nach“, bestätigt Andreas Koch, Geschäftsführer der Crefo-Factoring Rhein-Wupper, einem Tochterunternehmen der Creditreform. „Wir kaufen die Forderungen der Händler an und kümmern uns um die gesamte Rechnungsabwicklung bis hin zum Inkasso.“ Voraussetzung für das Factoring ist eine Bonitätsprüfung der Bestelleradresse durch die ebenfalls zur Unternehmensgruppe gehörige Auskunftsfirma CEG Creditreform Consumer, ergänzt Koch.

### Vorteile mit Factoring

„Der Kunde bestellt seine Ware und ich habe am nächsten Tag 80 Prozent des Rechnungsbetrages auf dem Konto“, schildert Steffen Prokott, Geschäftsführer des Kontaktlinsenversenders Eye-Buy, die Vorteile des Factorings im Gespräch mit **Der Handel**. „Wenn er dann bezahlt, bekomme ich den Rest der Forderung. Um die Buchhaltung und das Inkasso muss ich mich nicht mehr kümmern.“

In Zeiten, in denen Banken selbst an aufstrebende Mittelständler in Boombranchen wie dem Onlinehandel keine Kredite mehr vergeben, sei der Liquiditätsvorteil, den das Factoring mit sich bringt, sehr wertvoll, urteilt Prokott. Die Kosten für die Dienstleistung der Crefo-Factoring liegen bei rund 3 Prozent des Forde-

„Ich komme schneller an mein Geld.“

Steffen Prokott  
Geschäftsführer  
Eye-Buy GmbH



rungsvolumens, „also im Skontobereich, Kreditkartenakzeptanz ist für mich da auch nicht günstiger“. Zu den Kunden der Crefo-Factoring gehören Webshops von der Internetapotheke bis zum Zoofachhandel. „Je nach Anzahl und Volumen der Rechnungen und dem damit verbundenen Aufwand sind die Kosten unterschiedlich“, erläutert Koch. „Dank des Liquiditätsvorsprungs können wir wachsen, ohne dass wir Geld von der Bank brauchen“, freut sich Eye-Buy-Chef Prokott.

Hanno Bender ◀

# Wir finanzieren den Mittelstand.

## Ihr Erfolg mit SüdFactoring

- Wir bezahlen Ihre Forderungen sofort
- Wir übernehmen das Ausfallrisiko zu 100%
- Wir führen Ihre Debitorenbuchhaltung

## Liquidität und Rentabilität mit SüdFactoring

Ein Unternehmen der  
Landesbank Baden-Württemberg

Heilbronner Straße 86 · 70191 Stuttgart  
Tel. (07 11) 1 27-772 · Fax (07 11) 1 27-759 92  
kontakt@suedfactoring.de  
www.suedfactoring.de

Fordern Sie unser Handbuch für Factoring mit detailliertem Fragebogen an.  
Firma \_\_\_\_\_  
Name \_\_\_\_\_  
Anschrift \_\_\_\_\_  
Telefon \_\_\_\_\_  
DH 01/09