

Aus der Praxis: Inkasso und Forderungsmanagement als Kundenbindungsinstrument

Werbung

Z Im Umgang mit offenen Forderungen aus dem Abonnementgeschäft steht gerade bei Tageszeitungen sehr oft ausschließlich das konsequente Beitreiben der nicht bezahlten Beträge im Fokus. Wie kundenorientiert und lesernah sich regionale Zeitungshäuser ihren Abonnenten gegenüber auch aufstellen: bei Zahlungsausfällen endet nicht nur das Abonnement, sondern häufig auch das Werben um die Leser. **"Bis vor Gericht und bis zur Anzeige wegen Betrugsverdachts"** ist eine typische Antwort, wenn man bei regionalen Zeitungshäusern zum weiteren Umgang mit erfolglos angemahnten Abrechnungen nachfragt.

"Wertschätzend. Individuell. Nachdrücklich" – so beschreibt das Unternehmen *ADU-Inkasso* (ausgeschrieben: *Allgemeiner Debitoren und Inkassodienst GmbH*) sein Geschäftsprinzip. Das Unternehmen übernimmt den Umgang mit offenen Rechnungen für Kunden aus verschiedenen Branchen und hat im Abonnementbereich umfangreiche Erfahrungen. *pv digest* hat mit Geschäftsführer Burkhard Quermann gesprochen:

pv digest: Herr Quermann, ADU-Inkasso spricht von 'Zahlungsstörungen' statt von 'Schulden'. Verniedlichen Sie damit nicht ein Problem und legitimieren womöglich noch Menschen, die den Verlagen Geld schuldig bleiben?

Burkhard Quermann: "Gar nicht. Eine Störung ist etwas, das man schnellstmöglich beseitigen muss. Das ist unsere klare Philosophie. Aber der Begriff 'Störung' nimmt erst einmal die negative Emotion aus dem Thema, sowohl auf Seiten unserer Auftraggeber als auch bei den Endkunden, mit denen wir es zu tun haben. Das ermöglicht dann eine **Vorgehensweise, die auf Werterhalt setzt.**"

Was heißt denn "Werterhalt" in diesem Zusammenhang?

"Menschen, die momentan Zahlungsschwierigkeiten haben, können später durchaus wieder wertvolle Kunden werden. Auch wer sofort mit dem Holzhammer kommt oder mit dem Gerichtsvollzieher, der ist nicht unbedingt besonders erfolgreich damit, die offenen Forderungen einzuziehen. Er ist aber ganz sicher erfolgreich darin, den Kunden zu vergraulen. **Unsere Vorgehensweise zielt auf eine zeitnahe Wiederbelieferung.**"

Damit der Kunde auch die nächste Rechnung nicht bezahlt und der Verlag wieder auf seiner Forderung sitzen bleibt?

"Natürlich nicht. An erster Stelle steht, dass wir das Geld, das unseren Auftraggebern zusteht, auch Beitreiben. Aber das erreichen wir mit wertschätzender und persönlicher Kommunikation. Viele Abonnenten merken dann, dass es nicht egal ist, wenn sie nicht bezahlen, und dass der Verlag sich aber um sie als Kunden bemüht, und **dann bleiben sie dabei und bezahlen beim nächsten Mal pünktlich.**"

Statt auf den "Holzhammer" setzen Sie auf das persönliche Gespräch am Telefon und auf individuelle Lösungen. Was heißt das? Und was bringt das?

"Im direkten Gespräch mit den Schuldnern gelingt es unseren Mitarbeitern oft, die persönliche finanzielle Situation zu ermitteln und die Hintergründe zu erörtern, die zur

Verlage

Advertorial Inkasso

'hartes' Durchgreifen bei Nichtzahlern ist Standard bei regionalen Tageszeitungen

ADU-Inkasso arbeitet "Wertschätzend. Individuell. Nachdrücklich."

funktioniert das?

INTERVIEW



Burkhard Quermann
Geschäftsführender
Gesellschafter ADU-Inkasso

Ziel: Forderungsausgleich UND Aboerhalt

ehemalige Nichtzahler können wieder werthaltige Abonnenten werden

Nichtzahlung der Rechnung geführt haben. Dann können sie dem Schuldner **individuelle Zahlungslösungen** wie z.B. Ratenzahlungen anbieten oder auch eine Stundung gewähren, wenn der Gesamtbetrag nicht direkt zahlbar ist. **Am Ende bekommt unser Mandant sein Geld.** Er setzt dafür aber nicht sein positives Image aufs Spiel."

Und wenn nicht? Verlage berichten, dass es immer mehr Fälle gibt, bei denen Abonnements und sogar Prämienangebote bestellt werden, bei denen der Besteller nie die Absicht hatte, jemals zu bezahlen.

"Bei höherwertigen Prämien empfehlen wir, eine Bonitäts- und Identitätsprüfung durchzuführen. Wenn in betrügerischer Absicht versucht wird, eine Prämie zu ergaulern, dann werden häufig auch 'Namensspielereien' dazu genutzt. In diesen Fällen läuft dann das Mahnverfahren ins Leere, egal ob vorgerichtlich oder gerichtlich. Das mit dem gerichtlichen Mahnverfahren verbundene hohe Kostenrisiko, reduziert sich so deutlich.

Wenn dann alle Stricke reißen, dann wählen wir vielleicht die gleichen Instrumente, die viele Verlage schon recht früh auspacken. Der Unterschied ist nur, dass wir zwischen den Rechnungs- und Mahnschreiben der Verlage und dem 'Holzhammer' noch eine kundenorientierte und auch marktgerechte Zwischenstufe einschieben.

Was ist für Verlage der beste Zeitpunkt im Rechnungsprozess, um ihre Dienstleistung in Anspruch zu nehmen?

"Am liebsten schon deutlich bevor die Situation eskaliert. Wir übernehmen gerne auch debitorische Dienstleistungen vor dem Inkassoverfahren. Das kann die Zahlungsüberwachung sein, der Versand von Mahnschreiben im Namen des Verlages, die aber in der Gestaltung und im Text auf unseren Erfahrungen beruhen und auch schon die Telefonie im Namen des Verlages. **Das hausinterne Mahnwesen** wird bei vielen Unternehmen als **leidige Pflicht** gesehen, während es **bei uns unsere Profession** ist."

Aber das verteuert das Verfahren natürlich, während sonst nur einige Standardbriefe versendet werden müssen.

"Das sehe ich anders. Die neueste Rechtsprechung billigt dem 'hausinternen' Mahnwesen lediglich bis zu **5 Euro Mahnkosten** zu, mit der eindeutigen Tendenz, dass dieser Betrag eigentlich darunter sein müsste. Rechnet das Unternehmen in Vollkosten, so werden die mit einer Mahnung verbundenen **Kosten i.d.R. diesen Betrag übersteigen**. Hier können wir als Dienstleister die Kosten ganz anders weitergeben. Für den Verlag entstehen dabei nur Erlöse, keine Kosten. Sogar bei kleinen Forderungshöhen (ab 5€), also Beträgen die man früher einfach ausgebucht hat, macht unser erfolgsorientiertes Abrechnungsverfahren Sinn. Am Ende kommt es darauf an, dass möglichst wenig Forderungsverluste entstehen. Und da haben wir ganz viele Erfahrungen."

Gerade kleinere Verlage setzen auf den 'Holzhammer' und ein sehr forciertes Mahnverfahren und könnten so von Ihrem Angebot profitieren. Wie groß muss ein Verlag sein, damit Sie Ihre rein erfolgsabhängig vergüteten Leistungen anbieten?

"Natürlich arbeiten wir gerne für große Kunden. Aber unsere Prozesse im Bereich Abonnementgeschäft sind schlank und aus der Erfahrung optimiert. Wir arbeiten gerne auch für kleinere Regionalzeitungen, die vielleicht nur 50 offene Forderungen pro Monat haben."

Verlage

Bonitäts- und Identitätsprüfung bei teuren Prämien

marktgerechte Zwischenstufe nach Schriftweg und vor Rechtsweg

ADU-Inkasso übernimmt auf Wunsch auch Teile des hausinternen Inkasso

teuer? Nicht zu Vollkosten gerechnet!

Kontakt:
Burkhard Quermann
GF Gesellschafter
ADU Inkasso GmbH
Tel.: +49 (0) 541/80018 - 48
Mail: quermann
@adu-inkasso.de