

# Kundensicherndes Forderungsmanagement

Zahlungsausfälle stellen jede vierte Versicherungsgesellschaft vor Probleme

**Carsten Hofmeister**

Nicht alle Versicherer nutzen die Potenziale von Forderungsmanagement vollständig aus. Das ist das Ergebnis der Seghorn-Entscheiderstudie „Kundensicherndes Forderungsmanagement 2014 bei Versicherungsunternehmen und Versandhändlern“. Für jedes vierte Versicherungsunternehmen sind Zahlungsausfälle ein Problem. Deshalb ist Forderungsmanagement ein Thema, mit dem sich die Unternehmen auseinandersetzen müssen. Dabei stehen sie vor dem Dilemma, dass sie Forderungen zwar realisieren, aber den Kunden nicht verlieren wollen.

## Gemeinsame Lösung mit dem Kunden finden

Nach Angaben der Studie ist es für 93 Prozent der Entscheider von Versicherern sehr wichtig, die Bestandskunden zu halten. Fortwährender Kundenkontakt und Service müssen gewährleistet werden. Das gilt insbesondere für die Ansprache bei einem möglichen Zahlungsrückstand des Kunden. Versicherer können es sich nicht leisten, Kunden zu verlieren, weil sie Zahlungsaufforderungen zu rigoros verfolgen. Auch deshalb bemühen sich 62 Prozent der Gesellschaften, mit dem Kunden eine gemeinsame Lösung zu finden, selbst wenn dieser nach mehreren Mahnungen nicht reagiert hat. Helfer sind dabei auf kundensicherndes Forderungsmanagement spezialisierte Dienstleister. Ein klarer, sachlicher und fairer Umgang mit säumigen Kunden wird honoriert, da sie erfahrungsgemäß nicht aus bösem Willen im Zahlungsrückstand stehen. Von diesem Vorgehen sind auch die meisten Entscheider überzeugt. Kunden-

sicherndes Forderungsmanagement hat bereits für 67 Prozent von ihnen einen hohen Stellenwert.

Die steigende Bedeutung von Bestandskunden ist vor allem in der Schwierigkeit, Neukunden zu gewinnen, begründet. 57 Prozent der Entscheider geben an, dass es zurzeit schwer ist, neue Kunden zu akquirieren. 42 Prozent glauben sogar, dass es in Zukunft noch schwieriger wird. Für 92 Prozent der Entscheider spielt das Unternehmensimage eine tragende Rolle bei der Neukundengewinnung. Die besten Werbekampagnen und Sonderkonditionen verpuffen, wenn sich Kunden beispielsweise im Internet über Empfehlungsplattformen informieren und dann auf negative Einträge stoßen. Schlechte Presse oder ein Shitstorm in öffentlichen Online-Portalen sind gefürchtet. Deshalb setzen Entscheider bei der Auswahl eines Inkasso-Dienstleisters mit 90 Prozent eine sensible Ansprache neben der Datensicherheit an die oberste Stelle. Indirekt hilft kundensicherndes Forderungsmanagement also auch bei der Gewinnung von Neukunden, indem es negative Meinungsäußerungen von enttäuschten Kunden verhindert.

Zudem sollte sichergestellt werden, dass das Klientel seine Prämien auch bezahlen kann. Die Meinung, dass Forderungsmanagement bei der Bonitätseinschätzung von Neukunden eine wichtige Rolle spielt, vertreten 52 Prozent der Entscheider, aber nur 32 Prozent setzen die Erkenntnisse dafür auch ein. Hier schlummert erhebliches Potenzial, um Zahlungsausfälle im Vorfeld zu vermeiden. Dienstleister für Forderungsmanagement

werten viele Daten über das Zahlungsverhalten der Kunden für Ihre Mandanten aus. Daraus können exemplarische Profile erstellt werden, die ergänzend zur klassischen Bonitätsprüfung eine fundierte Prämienausfallprognose für den Versicherer ermöglichen, welche auch in die Risikoabschätzung einfließen kann.

## Höhere Erfolgsquote bei externen Dienstleistern

Unternehmen sollten prüfen, ob sie das Potenzial des kundensichernden Forderungsmanagements voll ausschöpfen – in einem wettbewerbsintensiven Markt lohnt es sich genauer hinzuschauen. Spezialisten sorgen mit gezielten Analysestrategien bei den Gesellschaften für entscheidende Impulse. Sie zeigen auf, welchen finanziellen Nutzen die Beauftragung eines externen Dienstleisters für kundensicherndes Forderungsmanagement hat. Dass sich die Zusammenarbeit mit einem externen Inkasso-Dienstleister lohnt, davon sind bereits viele Entscheider überzeugt. 57 Prozent gehen davon aus, dass Inkasso-Unternehmen eine höhere Erfolgsquote beim Einziehen von Forderungen haben. Für 60 Prozent der Führungskräfte ist der umfangreiche Service – von der Risikobewertung über die imageschonende Ansprache der säumigen Kunden und die Kompetenz bei juristischen Schritten – ein großer Vorteil von externen Inkasso-Unternehmen. ■

*Carsten Hofmeister ist Alleinvorstand der Seghorn AG, Bremen.*