

FINANZKRISE II Der „Lieferantenkredit“ hat bei vielen Kunden System - so schützt man sich dagegen

Beim Kundenkonkurs selbst in die Falle getappt

Wer nicht dafür sorgt, dass Kunden ihre Rechnungen bezahlen, der fällt bei einem Kundenkonkurs als Erster auf die Nase. Wichtig ist das Debitorenmanagement.

Wenn ein zahlungskräftiger Kunde in den Konkurs rutscht, zittern auch Lieferanten um ihr Überleben. Installateur Robert Wessely hat das 1996 selbst erlebt: Die Pleitefälle Maculan und Torbau rissen bei ihm ein Loch von mehr als einer Millionen €; Wessely rutschte haarscharf an einem Konkurs vorbei und schaffte gerade noch den Ausgleich.

Breiter aufgestellt

Heute würde ihm das nicht passieren: Die Zeiten sind vorbei, in denen sich Wessely nur auf eine Sparte konzentriert hat. „Ich habe jetzt viele kleine Kunden. Das Objektgeschäft hat früher 70 Prozent des Umsatzes ausgemacht. Das war bequem, aber auch gefährlich.“

Zudem habe er sich niemals um das Controlling gekümmert. Der Installateur kalkulierte knapp und dachte, es würde sich schon ausgehen. „Maculan hatte ja bis dahin immer pünktlich gezahlt.“

Martin Ruck, Innungsmeister der Bauinnung: „Gerade im Bau ist der Kundenkonkurs ein grosses Problem. Es gibt dagegen kein Patentrezept.“ Doch wie lässt es sich verhindern, dass man blind in die Falle tappt? „Schauen Sie sich den Geschäftspartner genau an, holen Sie Bankauskünfte und KSV-Ratings ein“, sagt Ruck. Verdächtig machen sich Unternehmen, bei denen Ge-

schäftsführung oder Beteiligungen ständig wechseln.

„Bei grossen Aufträgen unbedingt Bonitätsauskünfte einholen“, rät auch Manfred Ratz, Präsident des Inkassoverbands. „Verkäufer haben aber oft kein Interesse daran, dass die Bonität geprüft wird“, bemerkt Hans Georg Kantner, Experte des KSV. Er rät bereits bei der Zusammenstellung der Kunden, möglichst grosse Vielfalt walten zu lassen, „um nicht nur einem auf Gedeih und Verderb ausgeliefert zu sein.“ Ist der Kunde einverstanden, kann der Lieferant auch seine Abnehmer gegen Forderungsausfälle versichern, etwa bei OKV Coface oder Prisma. Etwa 20 Prozent der Forderungen können so versichert werden.

Billige Ausreden

Ist die Arbeit geleistet, sollte der Lieferant nicht mit der Rechnungslegung warten, sagt Ratz. „Erfahrungsgemäss lassen sich Firmen lange Zeit – ein halbes Jahr oder länger ist an der Tagesordnung. Dabei sollte eine Woche nach der geleisteten Arbeit die Rechnung raus. Nur dann merkt der Kunde – dem ist es ernst.“ Eva Maria Akkaya von Teleprofi bringt im Rahmen von Telefontrainings bei, wie Ausenständen hinterher telefoniert wird. Sie kennt alle Ausreden – von „Der Auftrag ist in der Buchhaltung“ bis „Wir haben schon bezahlt“. Hier müsse der Lieferant freundlich nach einer Bestätigung verlangen und fragen, wann er mit dem Eingang rechnen könne. „Seien Sie hartnäckig, sonst zahlen sie selbst drauf.“

Das Problem: Häufig nimmt der Verkauf Aufträge an, während die Buchhaltung an nicht gezahlten Rechnungen



Eva Maria Akkaya: bringt Kunden bei, Schuldnern hinterher zu telefonieren und rät den Unternehmen: „Seien Sie hartnäckig, sonst zahlen Sie selbst drauf!“

crstickt. Ein häufiger Fehler ist auch eine Rechnung ohne Fälligkeitsdatum. „Wenn der Kunde bereits einen Jahresumsatz an offenen Forderungen hat, hat es keinem Sinn, noch einen Auftrag anzunehmen“, sagt Kantner. Das Debitorenmanagement ist ein Mittelständler-Problem. „Viele sind emotional gehandicapt, wenn sie akquirieren und Geld einfordern müssen. Es ist sinnvoll, das ausser Haus zu geben.“

Franz Rieger, Geschäftsführer der Garant Inkasso, rät: „Wenn die erste Mahnung verpufft, sofort an ein Inkassobüro weitergeben.“ Den „schlampigen“ Zahler gäbe es fast nicht mehr. In schwierigen Zeiten greifen die Kunden bewusst auf den „Lieferantenkredit“ zurück.

MELANIE MANNER
m.manner@wirtschaftsblatt.at