

Startseite › Pressemitteilungen

Kunden zahlen immer schlechter - so sollten Firmen vorgehen, um an ihr Geld zu kommen

08.05.2024, 09:15 Uhr



Philipp Kadel © Diagonal Inkasso GmbH

Buchholz i. d. Nordheide (ots) - Die zunehmende Tendenz von Kunden, Zahlungsfristen auszureizen oder Rechnungen ganz zu ignorieren, stellt Unternehmen vor eine wachsende Herausforderung. So entsteht ein Teufelskreis aus offenen Forderungen, Liquiditätsengpässen und dem Aufwand für Mahnverfahren, der nicht nur finanziell, sondern auch zeitlich belastet.

Besonders für kleine und mittelständische Unternehmen kann dieser Zustand schnell zu einer ernsthaften Bedrohung werden, da ihre finanzielle Polsterung oft begrenzt ist.

Um an ihr Geld zu kommen, sollten Unternehmen ein effizientes Forderungsmanagement haben - das ist mehr als nur Inkasso. Es geht darum, den Zahlungseingang proaktiv zu steuern und gleichzeitig die Kundenbeziehung zu wahren. Wie Firmen vorgehen sollten, um an ihr Geld zu kommen, erfahren Sie hier.

Von Beginn an Klarheit schaffen

Eine Voraussetzung für Unternehmen, um Zahlungsausfälle zu vermeiden, besteht darin, von Anfang an Klarheit in der Geschäftsbeziehung zu schaffen, insbesondere in der Phase der Geschäftsanbahnung. Diese Transparenz ist entscheidend, damit Kunden eine korrekte Erwartungshaltung zu den Leistungen oder Produkten entwickeln. Denn in vielen Fällen resultiert die Zahlungsverweigerung aus einer Diskrepanz zwischen den Erwartungen des Kunden und dem, was er tatsächlich erhalten hat.

Ebenso wichtig ist die Eindeutigkeit der Rechnungsstellung selbst. Es muss für den Kunden ohne Zweifel erkennbar sein, welches Produkt oder welche Dienstleistung er erhalten hat und welcher Preis dafür anzusetzen ist. Da die Beschreibung eines Produktes oder einer Leistung variieren kann - von sehr spezifisch bis hin zu eher allgemein -, kann eine zu grobe Umschreibung schnell zu Schwierigkeiten führen.

Diese Aspekte sollte eine Rechnung erfüllen

Ein weiterer wesentlicher Aspekt der Rechnungsstellung ist außerdem das Zahlungsziel. Der Kunde muss deutlich sehen, bis wann er bezahlen soll. An dieser Stelle ein wichtiger Hinweis: Das Zahlungsziel sollte immer nach einem Datum bestimmt sein, wie zum Beispiel: "Bitte zahlen Sie bis zum 15. April 2024". Dies ist einer Formulierung nach dem Muster "Zahlen Sie innerhalb der nächsten zehn Tage" stets vorzuziehen. Denn Letzteres bleibt bezüglich des Beginns der Zahlungsfrist zu vage. Die Vorgabe eines präzisen Datums sorgt für Rechtssicherheit, indem sie eine klare Angabe zum Verzugseintritt macht.

Nicht zuletzt spielt auch die Benutzerfreundlichkeit (Usability) einer Rechnung eine entscheidende Rolle, um den Zahlungsprozess für Kunden so einfach und reibungslos wie möglich zu gestalten. Eine sinnvolle Maßnahme ist in diesem Rahmen die Wahl eines QR-Codes auf der Rechnung. Dieser kann problemlos

gescannt werden und sollte zu einem Zahlungslink führen. Dies vereinfacht den Zahlungsvorgang erheblich. Ebenso wichtig ist die klar lesbare Darstellung der IBAN in Viererblöcken, um das Risiko von Übertragungsfehlern zu minimieren - ein häufiges Problem, das entsteht, wenn Kunden mühsam Zahlenkolonnen nachverfolgen müssen. Darüber hinaus ist es von Vorteil, die Telefonnummer der Buchhaltung auf der Rechnung anzugeben, idealerweise mit direkter Durchwahl, sodass Kunden bei Rückfragen direkt den richtigen Ansprechpartner erreichen. Es sollte im Übrigen niemand Angst vor zusätzlichen Serviceaufwand haben. Ein guter Kundenservice macht sich auf lange Sicht bewährt und schützt vor Zahlungsausfällen.

Den Prozess reibungslos gestalten

Der Erfolg des Mahnwesens liegt im Prozess. Diesen Grundgedanken sollten Unternehmen verinnerlichen. Es bringt nichts, immer nur dann Mahnungen auszustellen, wenn der Buchhalter gerade Zeit hat. Darüber freut sich am Ende nur der Schuldner - für den Betrieb stellt es eine große Belastung für die Liquidität dar. Ein gut strukturierter Mahnprozess beginnt damit, nach Ablauf der Zahlungsfrist - angenommen nach 14 Tagen mit Kulanzzeit - eine Zahlungserinnerung zu versenden. Diese Erinnerung sollte den Kunden direkt erreichen und erfolgt im besten Fall über unterschiedliche Medien. So könnte die erste Ansprache beispielsweise per E-Mail erfolgen, die zweite Ansprache per Brief oder Telefon.

Zahlungserinnerungen konsequent versenden

Kein Mensch möchte gemaßregelt werden. Umso wichtiger ist es, Zahlungserinnerungen positiv aufzuladen. Bei der ersten Erinnerung ist es demnach nicht förderlich, strenge Warnungen auszusprechen. Ein einfacher, aber freundlicher Hinweis kann oft schon ausreichen. Ziel ist es, dem Schuldner nicht das Gefühl zu geben, verurteilt zu werden, sondern ihm vielmehr Unterstützung anzubieten und Lösungen für die Begleichung der Schulden aufzuzeigen.

Folgt nach der ersten und auch nach der zweiten Zahlungserinnerung jedoch keine Zahlung, ist konsequentes Handeln erforderlich. Meist benötigt das Unternehmen dann einen Inkassodienstleister. Dabei ist die Auswahl eines seriösen Inkassounternehmens entscheidend, das mit den Kunden einen

respektvollen Umgang wahr. Bei der Suche können Google-Rezensionen eine gute Orientierung sein. Ein Dienstleister mit schlechten Bewertungen von Schuldnern kann mehr Schaden anrichten als Nutzen bringen. Ein Inkassodienst mit positivem Feedback von Schuldnern hingegen deutet auf eine faire Vorgehensweise hin, bei der ein hoher Mittelrückfluss zu erwarten ist.

Über Philipp Kadel und die DIAGONAL Gruppe:

Das Forderungs- und Zahlungsmanagement ist ein wichtiger Aufgabenbereich in jedem Unternehmen und gehört zum täglichen Geschäft dazu. Mit der DIAGONAL Gruppe hat es sich Philipp Kadel zur Aufgabe gemacht, Unternehmen in genau diesem Bereich unter die Arme zu greifen. Mit bereits 30 Jahren Erfahrung steht das Team der DIAGONAL Gruppe seinen Kunden bei allen Fragen rund um Payment und Forderungen zur Seite und sorgt dafür, dass diese sich auf ihr Kerngeschäft fokussieren können. Mehr Informationen unter: <https://diagonal-gruppe.de/>

Pressekontakt:

Diagonal Service GmbH

Vertreten durch: Philipp Kadel, Holger Kück

E-Mail:

info@diagonal.eu

<https://diagonal-gruppe.de/>

Pressekontakt:

Ruben Schäfer

E-Mail:

redaktion@dcfverlag.de

Weiteres Material:

www.presseportal.de

Quelle: Diagonal Inkasso GmbH

Kommentare

Liebe Leserinnen und Leser,
der Inhalt dieses Artikels entstand in Zusammenarbeit mit unserem Partner. Da eine faire Betreuung der Kommentare nicht sichergestellt werden kann, ist der Text nicht kommentierbar.

Die Redaktion