

JAHRESBERICHT
2004 · 2005



Creditreform

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	2
Wirtschaftsauskünfte Internet-Auskünfte hoch im Kurs	4
Risikomanagement Prävention weiter ausbauen	6
Inkasso/acoreus Collection Services GmbH (aCS) Branchenlösungen effektiv optimiert	8
Creditreform Portfolio Management GmbH Risiken abbauen – Liquidität schaffen	10
Creditreform International Integration ins deutsche Netz	12
Medien Creditreform Direkter Nutzwert	14
CEG Creditreform Consumer GmbH Kreditwürdige Kunden erkennen	16
Crefo-Factoring GmbH Mit Sicherheit mehr Liquidität	18
Creditreform Rating AG Ratings sind gefragt	20
bedirect GmbH & Co. KG Gute Adressen für bessere Mailings	22
microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH Portfolio intelligent erweitern	24
Wirtschafts- und Konjunkturforschung Aufschwung vertagt	26
Akademie Lehrend lernen	30
Impressum	32

*Sehr geehrte Damen und Herren,
Liebe Freunde von Creditreform,*

wir mittelständischen Unternehmer erleben eine Zeit der Unsicherheit. Unser Handeln war geprägt von Individualität, Kontinuität und Autonomie. Diese Leitbilder werden zunehmend infrage gestellt. Wofür standen sie – oder stehen sie vielleicht sogar noch?

Bei der Individualität sehe ich den selbstständigen Unternehmer, der mit seiner ganzen Person für sein Werk – in der doppelten Bedeutung des Wortes – einsteht. Eine Persönlichkeit, an der sich nicht nur Produkte und Dienstleistungen, Patente und Verfahren namentlich festmachen lassen, sondern die auch mit ihrer Führungskraft, ihren Visionen und nicht zuletzt ihrer sozialen Fürsorge unteilbar mit dem Unternehmen verbunden ist.

Natürlich vertrat dieser Typus einen „Herr-im-Hause-Standpunkt“. Patriarchalisch bestimmte er die Marschrichtung – und dies meist mit einer glücklichen Mischung aus Erfahrung und Intuition, die allen externen Beratern und Kritikern höchst skeptisch gegenüberstand. Autonom zu handeln, ein echter Selbstständiger zu sein, ist mehr Motiv seines Unternehmertums als reines Gewinnstreben.

Aus diesen beiden Leitbildern des Mittelstandes ergibt sich seine Kontinuität. Die Nachfolge traten die erwachsenen Kinder an, das Lebenswerk gehörte nicht einem Einzelnen, sondern den Generationen einer Familie. Zu dieser Langfristigkeit passt die Verwurzelung in einer Region und die Pflege einer Firmenzugehörigkeit auch der Mitarbeiter, die mit Stolz darauf

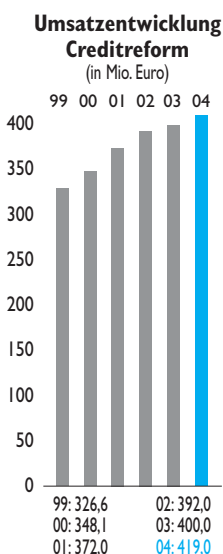
hinwiesen, „noch den Alten gekannt zu haben“.

Was ist geblieben? Für Creditreform, einen Mittelständler, nicht im Sinne formaler Größen wie Umsatz und Mitarbeiterzahl, aber von der Struktur als dezentrales eigentümergeführtes Unternehmen, gilt vieles – wenn auch durch die Zeitläufe verändert – weiter. Sprechen wir einfach statt von Leitbildern von Kernkompetenzen.

Unser 125-jähriges Jubiläum im vorigen Jahr und unsere fast ebenso lang währenden Aktivitäten an 130 Standorten in Deutschland bilden selbst keine Kompetenz – diese folgt aber aus ihnen.

In unseren Hauptgeschäftsfeldern Wirtschaftsauskunft und Inkasso, aber auch in dem noch jungen Geschäftsfeld Factoring, gewinnen wir durch die Nähe zur regionalen Wirtschaft beste Kenntnisse. Bonitätsbewertung ist mehr als das Bilden einiger Kennziffern auf der Basis einer veröffentlichten Bilanz, Inkasso mehr als das Verschicken einer Mahnung. Kontinuität, das bedeutet für Creditreform dezentrale und jahrhundertelange Präsenz in einem lokalen Wirtschaftsraum.

Eine weitere wichtige Kernkompetenz von Creditreform als Mittelständler: Es gibt keine fremden Gesellschafter – damit bleibt Unabhängigkeit gewahrt. Und: Jeder Geschäftsführer haftet persönlich mit seinem Vermögen – das schafft Verantwortung. Verantwortung auf der Basis echter wirtschaftlicher Unabhängigkeit wiederum gibt Vertrauen. Wir brauchen dieses Vertrauen, weil wir in einem sensiblen





Thomas Glatzel, Präsident und Vorsitzender des Gesamtvorstandes des Verbandes der Vereine Creditreform

Bereich tätig sind: Unsere Mitglieder müssen sich auf uns verlassen können, wenn es um die Bewertung der Bonität eines zukünftigen Geschäftspartners geht, wenn Schuldner, die als Kunden erhalten werden sollen, wegen überfälliger Zahlungen angesprochen werden.

Aus der Nähe zu unseren Kunden und Mitgliedern einerseits, aus unserer Selbstständigkeit andererseits erwächst der Fortschritt bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen. Es geht darum, frühzeitig Anforderungen aufzunehmen, sich beweglich auf Veränderungen einzustellen. Wir haben so bereits in den achtziger Jahren unsere Wirtschaftsinformationen in eine elektronische Datenbank eingestellt, und wir haben Datenbestände für Dialogmarketing und den Vertrieb unserer Kunden geöffnet. So kommen wir zu den Entwicklungen der jüngsten Zeit – über die dieser Jahresbericht ausführlicher zu berichten hat: vom Rating über Mengeneinkasso bis zur Verflechtungsdatenbank.

Für Creditreform sind die prägenden mittelständischen Leitbilder und die damit einhergehenden Kernkompetenzen – individuelle persönliche Führung, kontinuierliche Präsenz vor Ort und wirtschaft-

liche Autonomie – nicht erledigt, sondern sehr lebendig. Nicht zuletzt dokumentiert sich ihre Richtigkeit in der positiven wirtschaftlichen Entwicklung, die wir auch im letzten Geschäftsjahr verzeichnen durften.

Der Umsatz von Creditreform in Deutschland wuchs im Geschäftsjahr 2004 um 4,75 Prozent von 400 Mio. Euro (2003) auf 419 Mio. Euro. Zusammen mit unseren Tätigkeiten in Mittel- und Osteuropa beträgt der Umsatz der Creditreform-Gruppe international 456 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahr 2003 (435 Mio. Euro) ist dies ein Plus von 4,8 Prozent.

Unsere erfolgreiche Geschäftstätigkeit hat dafür gesorgt, dass wir Arbeitsplätze schaffen konnten. Die Creditreform-Gruppe, 130 Vereine Creditreform in Deutschland sowie die Mitarbeiter unserer Dienstleistungszentrale in Neuss (VVC) und der unter dem Dach der Creditreform AG aktiven Töchter, zählt nunmehr rund 3.900 Beschäftigte – 2003 waren es 3.800. Hinzuzurechnen sind 300 Mitarbeiter, welche die Aktivitäten von Creditreform im europäischen Ausland betreiben.

Eine erfreuliche Entwicklung, die Ausdruck der Tatsache ist, dass mittelständische Leitbilder und Kernkompetenzen immer noch einen Königsweg zum Erfolg darstellen. Dies gilt für uns wie für unsere 127.000 mittelständisch geprägten Unternehmensmitglieder und -kunden.

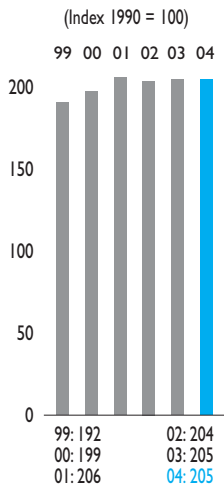
Ihr

Internet-Auskünfte hoch im Kurs

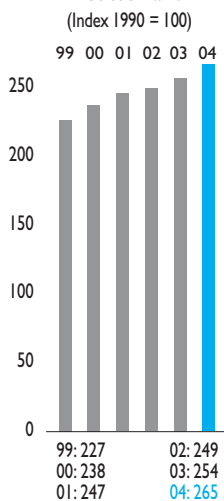
Creditreform ist mit 130 Vereinen und 127.000 Mitgliedsunternehmen einer der führenden Anbieter für Wirtschaftsinformationen in Deutschland. Die zentrale Dienstleistung der Wirtschaftsinformationen wuchs im Geschäftsjahr 2004 erneut an. Allein in Deutschland erzielt Creditreform inzwischen einen Marktanteil von mehr als 70 Prozent. Seit Juli 2004 bietet Creditreform seinen Mitgliedern mit der Verflechtungsdatenbank ein neues Produkt an, das umfassend über die Gesellschafterstruktur von Unternehmen und deren Beteiligungen informiert.

Geschäftspartnern verfügen möchten, belegt die deutlich wachsende Resonanz der Nutzer, die Daten direkt von ihrem PC online abfragen. Dabei eignet sich die Internetabfrage für kleine Betriebe ebenso wie für Unternehmen mit einem umfangreichen Informationsbedarf. Je nach

Wirtschaftsauskünfte Ausland



Wirtschaftsauskünfte Deutschland



Wirtschaftsauskünfte wachsen weiter

Die Notwendigkeit für Unternehmen, ihre geschäftlichen Verbindungen abzusichern und sich vor finanziellen Verlusten zu schützen, hat auch im gesamtwirtschaftlich angespannten Jahr 2004 zugenommen. Creditreform erteilte insgesamt gut zehn Millionen Auskünfte über Unternehmen und verzeichnete damit ein erfreuliches Plus von insgesamt 4,3 Prozent. Basis der Wirtschaftsdaten mit ihrer tiefen und breiten Informationsqualität, die auch den Bonitätsindex umfasst, ist die Creditreform Datenbank. Sie bietet mit ihren 3,6 Millionen Daten die umfassendste Sammlung von Daten und Fakten über deutsche Unternehmen.

Online hat Vorfahrt

Dass Unternehmen gerne schnell und bequem über die Informationen zu ihren



Volumen der Auskünfte werden sie entweder über das Internet abgerufen oder den Unternehmen stehen unterschiedliche Softwarelösungen zur Verfügung. Die meisten Firmen nutzten im vergangenen Jahr den Zugang über das Internet. Die Zahl der Abrufe über die SAP Lösung Crefosprint stieg um 18 Prozent. Darüber hinaus griffen Kunden vermehrt mit ihrer individuellen Zugangssoftware auf die Creditreform Wirtschaftsauskünfte zu. Im Geschäftsjahr 2004 wurde in diesem Segment ein Plus von 9 Prozent verzeichnet.

Neu: Verflechtungsinformationen

Seit 2004 bietet Creditreform seinen Kunden und Mitgliedern ein neues Informationsprodukt und damit noch mehr Sicherheit. Im Juli startete Creditreform

mit der Verflechtungsdatenbank, einer neuen Internet-Online-Anwendung, die Creditreform-Kunden einen wichtigen Mehrwert zu den Firmenauskünften bietet. Die Handhabung ist komfortabel und erlaubt einen schnellen Wechsel zwischen Auskunft, Verflechtungs- und Bilanzdaten.

Betracht kommen. Hilfreich sind die Verflechtungsdaten außerdem im Bereich des Risikomanagements, um sich ein klares Bild über das finanzielle Umfeld eines Geschäftspartners zu machen.

In der Online-Datenbank können die Verflechtungsdaten mit wenigen Mausklicks



Nach einer Testphase mit ausgewählten Mitgliedern rufen Unternehmen inzwischen in hoher Zahl Datensätze über die Unternehmensstruktur und über Beteiligungen von Geschäftspartnern und Kunden ab. Die neue Datenbank steht allen Creditreform-Mitgliedern offen, die bisher Voll- und Kompaktauskünfte über das Internet bezogen haben.

Unternehmen haben mit diesem neuen Produkt beispielsweise die Möglichkeit zu Potenzialanalysen. So kann ein Autohaus für seinen Bereich „Firmenfahrzeuge“ ausloten, ob auch Beteiligungsunternehmen des Kunden für den Flottenverkauf in

angezeigt werden. In einer Art Stammbaum werden die aktuellen und historischen Beteiligungen sowie Daten zu Gesellschaftern, zum Vorstand, dem Aufsichtsrat oder den Geschäftsführern übersichtlich angezeigt. Die komprimierte Darstellung ermöglicht eine komplette Übersicht über maximal drei Verflechtungsebenen.

Besonders übersichtlich ist eine grafische Darstellung der Beteiligungen, die bereits in Deutschland, Österreich und Luxemburg zur Verfügung steht. In den kommenden Monaten soll der Datenbestand zusätzlich um Bilanzdaten erweitert werden.

Prävention weiter ausbauen

Von der Implementierung bis zur Optimierung unterstützt Creditreform Unternehmen in allen Phasen des Kreditvergabeprozesses. Vernetzt mit den breit gefächerten Wirtschaftsinformationsdienstleistungen der Creditreform-Gruppe bietet das Risikomanagement einen wirksamen Schutz gegen Forderungsausfälle. Im Geschäftsjahr 2004 stand in diesem Geschäftsbereich die Weiterentwicklung des Creditreform Zahlungserfahrungspools ZaC im Vordergrund.

Finanzielle Stabilität im Fokus

Unternehmen haben sich in den vergangenen Jahren überwiegend auf die Maximierung von Umsatz, Absatz und Marktanteilen konzentriert. In Zeiten geringen wirtschaftlichen Wachstums, hoher Insolvenzquoten und einer schlechten Zahlungsmoral denken Firmen um. Jetzt sollte die finanzielle Stabilität des eigenen Unternehmens vermehrt im Mittelpunkt stehen; qualitatives Wachstum ist gefragt. Deshalb gilt es, Kreditrisiken frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden sowie ertragreiche Kundenbeziehungen nachhaltig zu pflegen.

Beratung und Software aus einer Hand

Aufbauend auf dem breit gefächerten Angebot der Creditreform-Informationdienstleistungen unterstützt der Bereich Risikomanagement Unternehmen dabei, Kunden und Geschäfte verlässlich zu bewerten: vom Auftragsmanagement bis hin zum Zahlungseingang von Bestands-

kunden. Das Leistungsspektrum setzt sich aus vielfältigen Services des Marketing-, Kredit- und Debitorenmanagements zusammen, die eng aufeinander abgestimmt sind. Bereits beim Marketing stellt Creditreform die Auswahl, Ansprache und Pflege wirtschaftlich solider Kunden sicher. Um das Kreditmanagement exakt den Bedürfnissen der Kunden anpassen zu können, werden in einem zweitägigen Workshop EDV-Systeme, Prozesse und Methoden analysiert. Auf Basis der Ergebnisse legt Creditreform gemeinsam mit den Kunden Richtlinien für die Vergabe von Krediten fest und erarbeitet Optimierungsvorschläge für den Kreditmanagementprozess. Um die Arbeitsabläufe wirksam zu steuern, setzt Creditreform neben eigenen EDV-Programmen auch die Leistungen und Produkte erfahrener externer Software- und IT-Partner sowie der Tochterunternehmen der Creditreform AG ein.

Risikomanagement: vielfältiges Leistungsspektrum

- Analyse und Verbesserung der Prozesse und Methoden im Kreditmanagement
- Entwicklung und Modifizierung von Kreditrichtlinien
- IT- und Prozessberatung zum Kreditmanagement
- Durch die Teilnahme am branchenunabhängigen Zahlungserfahrungspool (ZaC) erhalten Unternehmen ergänzende Informationen aus dem Markt über das Zahlungsverhalten ihrer Kunden



- Entwicklung und Kalibrierung von Scorekarten, auf deren Basis Geschäfte automatisiert oder systemunterstützt bewertet und entschieden werden
- Lieferung von Daten zur Entwicklung oder Ergänzung von Scorekarten
- Einführung von Kreditmanagementsoftware in und um SAP-, Windows- und andere IT-Umgebungen
- Geschäftspartner-Risikoanalysen nach unterschiedlichen Strukturmerkmalen wie beispielsweise Branche, Umsatz, Rechtsform

14 Millionen Rechnungsbelege ausgewertet

Im Jahr 2004 wurde der Creditreform Zahlungserfahrungspool ZaC maßgeblich weiterentwickelt. Seit mehr als einem Jahr hat Creditreform in Zusammenarbeit mit den Poolpartnern – es handelt sich um Unternehmen, die jeweils über einen großen, breit gefächerten Kundenstamm verfügen – 14 Millionen Rechnungsinfor-

mationen zu über 500.000 Unternehmen zusammengetragen und analysiert. Und der Datenbestand wächst kontinuierlich, denn jeden Monat beteiligen sich weitere Unternehmen an dem kostenlosen Zahlungserfahrungspool.

Die Unternehmen, welche die Daten regelmäßig in den Pool einspeisen, erfahren, wie die einzelnen Debitoren bei ihnen selbst und anderen Unternehmen zahlen. Die Analyse der Daten, die einen Vergleich zwischen der Fälligkeit der Rechnung und dem tatsächlichen Eingang des Geldes ermöglicht, ergibt über einen längeren Zeitraum ein reales Bild vom Zahlungsverhalten der Unternehmen und fungiert als ein Frühwarnindikator, der auf mögliche finanzielle Schwierigkeiten eines Geschäftspartners hindeutet. Damit ist Creditreform auf dem besten Weg, den größten und qualitativ hochwertigsten Datenpool für Zahlungserfahrungen in Deutschland zu betreiben.

Branchenlösungen effektiv optimiert

Die Zahl der Inkassoaufträge, die Creditreform bearbeitete, stieg im Geschäftsjahr 2004 erneut an. Dies belegt, wie stark der Bedarf der Unternehmen an qualifizierter und erfolgsorientierter Unterstützung bei der Realisierung ihrer wachsenden Außenstände ist. Zugleich wird deutlich, dass die Zahl der Schuldner, die ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen, weiter zunimmt. Betroffen sind Unternehmen aller Branchen, zumal solcher, die stark inlandsorientiert sind. Leicht rückläufig war hingegen der Auftragseingang im Auslandsinkasso, begleitet von einem deutlichen Anstieg der Erfolgsquoten. Beides illustriert anschaulich die aktuelle Stärke der Weltwirtschaft.

Verspätete Zahlungen oder finanzielle Ausfälle belasten Unternehmen und können die Liquidität ernsthaft gefährden. Gerade die Realisierung von Außenständen der Strom-, Gas- und Wasserversorgungsunternehmen gehört zu den starken Wachstumsbereichen des Geschäftsfelds Inkasso. Innovative Entwicklungen für dieses Marktsegment standen im abgelaufenen Geschäftsjahr im Fokus des Geschäftsbereiches.

Mit der neuen SAP-Branchenlösung von Crefosprint, dem Tool „Inkasso IS-U“ (Industry Solution Utilities), können die Vereine Creditreform das Inkassogeschäft für Energieversorger, wie beispielsweise die Stadtwerke, seit dem vierten Quartal 2004 noch effizienter betreuen. Mithilfe dieses Tools können IS-U-Anwender ohne System- und Medienbruch mit dem In-

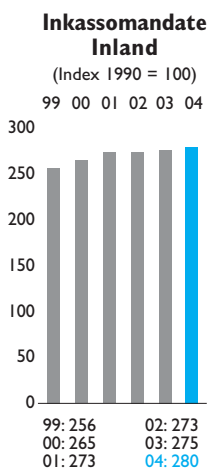
kassosystem von Creditreform kommunizieren, automatisch neue Inkassofälle abgeben und Rückmeldungen von Creditreform – zum Beispiel die Statusreports – unmittelbar in ihr System übernehmen. Creditreform hat damit die SAP-Systemlösung Crefosprint um ein wichtiges Modul erweitert, mit dessen Hilfe die Versorgungsunternehmen ihr Debitoren- und Inkassomanagement noch effizienter und Zeit sparender gestalten können.

Erfolgreiches Mengeninkasso

Die coreus Collection Services GmbH (aCS), Beteiligungsgesellschaft der Creditreform AG, ist ein Joint Venture mit der Düsseldorfer coreus AG. Das Unternehmen unterstützt Call-by-Call- und Internet-by-Call-Anbieter erfolgreich bei der Einziehung ihrer zahlreichen, meist geringwertigen Forderungen und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilität dieser Telekommunikationsdienstleister. Denn in der Regel sind die jungen Unternehmen schlank organisiert und unterhalten kein eigenes Debitorenmanagement.

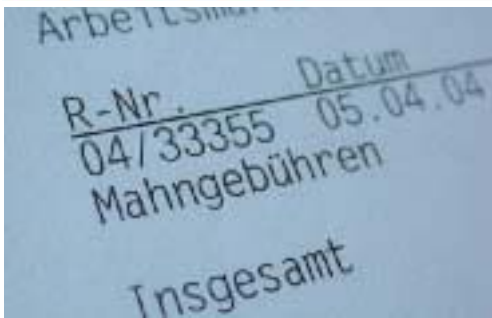
Im Geschäftsjahr 2004 hat aCS die Prozessqualität optimiert und ihre Kapazitäten dem deutlich steigenden Auftragsvolumen angepasst. Monatlich wird ein Auftragseingang in sechsstelliger Größenordnung verzeichnet.

Kleinstforderungen unterschiedlicher Mandanten für ein und denselben Schuldner werden von aCS effizient zusammengeführt. Anstelle vieler einzelner Mahnun-





acoreus collection services



gen erhält der Schuldner ein Anschreiben mit den aufgelisteten Forderungsbeträgen aller Gläubiger. Der Vorteil für den Mandanten: Bereits ab einer geringen Forderungshöhe kann er sein Recht auf das Leistungsentgelt effizient und kostengünstig geltend machen. Dabei profitieren die Kunden der aCS von den modernen Arbeitsprozessen, die gezielt auf die Anforderungen des Mengeninkassos zugeschnitten sind. Im Verbund mit der acoreus AG bietet die aCS für Telekommunikationsanbieter eine Gesamtlösung an, die Billing, Zahlungsüberwachung, Kundenservice sowie kaufmännisches und gerichtliches Mahnverfahren optimal miteinander verbindet. Sämtliche Prozessschritte bis hin zum branchenspezifischen Mahnschreiben basieren auf fundierten Kenntnissen des Telekommunikationsgeschäfts. Eigens geschulte Inkassobereiter bearbeiten die Vielzahl der Schuldneranfragen, reduzieren die Rückfragen beim Mandanten und entlasten diesen somit spürbar.

Die hohe Leistungsfähigkeit der aCS im Mengeninkasso ist möglich, weil alle Facetten, wie vorgerichtliche und gerichtliche Schritte, von einem modernen IT-System flankiert werden. Ein weitgehend automatisierter Workflow und eine parametrisierbare Inkassosoftware ermöglichen ein effizientes und aktives Telefoninkasso (Power-Dialing), das automatische Erfassen von Postrückläufern und entsprechend ereignisgesteuerte Prozesse.

Risiken abbauen – Liquidität schaffen

Die Creditreform Portfolio Management GmbH (CPM) ist die jüngste Tochter der Creditreform-Gruppe und spezialisiert auf den Ankauf ganzer Portfolios notleidender Forderungen und Kredite (Non Performing Loans). Als eine der führenden Kreditschutzorganisationen mit jahrzehntelanger Erfahrung in der Beitreibung von Forderungen ist Creditreform prädestiniert für den Ankauf zahlungsgestörter Portfolios. Die CPM ist auf Portfolios kleinvolumiger, im Schwerpunkt unbesicherter Forderungen mit einem Einzelwert von typischerweise nicht mehr als 10.000 Euro und einem Nominalvolumen von bis zu 200 Millionen Euro spezialisiert. Das Angebot umfasst den einmaligen und revolving Kauf von Portfolios notleidender Forderungen, die sowohl untitulierte als auch bereits titulierte sein können.

Für Problemforderungen gibt es einen Markt

Nach ausländischem Vorbild ist in den vergangenen Jahren auch in Deutschland der Handel mit Problemkrediten in Schwung gekommen. Schätzungen zufolge besitzt der deutsche Markt für Non Performing Loans ein Volumen von bis zu 300 Milliarden Euro.

Das Beitreiben zahlungsgestörter Forderungen ist aufwändig und kostenintensiv. Es stellt hohe Anforderungen an das Prozessmanagement, die IT-Systeme und die verantwortlichen Mitarbeiter. Vornehmlich Kreditinstitute, zunehmend aber auch Versicherungen und Mobilfunkunter-

nehmen möchten ihre Bilanzen bereinigen, sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und sich von risikoträchtigen Engagements trennen. So wird Personal im internen Abwicklungsbereich entlastet, es werden Kosten gespart und Ressourcen für den Aufbau von Neugeschäften freigesetzt.



Creditreform
Portfolio Management

Hinzu kommen die neuen Eigenkapitalvorschriften für Banken, besser bekannt unter dem Schlagwort Basel II. Danach gilt: Je höher das Ausfallrisiko eines Kredits ist, desto mehr Eigenkapital muss das Gläubigerunternehmen hinterlegen. Im Umkehrschluss heißt dies aber auch: Wer sich von notleidenden Krediten trennt, kann bei gleichem Eigenkapital mehr neue Kreditgeschäfte tätigen.

Ablauf des Verkaufsprozesses

Die CPM verwaltet einen mit erheblichen Mitteln ausgestatteten Opportunity Fonds. Die regional agierenden Vereine Creditreform sind erste Ansprechpartner für verkaufsinteressierte Unternehmen. Die



Creditreform Portfolio Management GmbH bewertet anschließend den zum Verkauf stehenden Forderungsbestand, entwickelt einen Preisvorschlag und entwirft den Kaufvertrag. Unmittelbar nach Abschluss des Kaufvertrages wird der Kaufpreis an das verkaufende Unternehmen ausbezahlt und der zuständige Verein Creditreform vor Ort beginnt mit der Abwicklung. Damit gehen das komplette Ausfallrisiko sowie sämtliche anfallende Kosten für die Beitreibung und Bearbeitung der Forderungen auf die CPM über.

Erfahrung und Spezialisierung

Creditreform besitzt ein nicht zu vergleichendes Know-how in der Beitreibung von

Forderungen. Dieses Wissen – zusammen mit den Informationen aus der weltweit größten Datenbank über deutsche Unternehmen – versetzt die CPM in die Lage, den Markt- und Realisierungswert von NPL-Portfolios realistisch einzuschätzen. Die dezentrale Struktur von Creditreform und die damit verbundenen Kenntnisse der regionalen Wirtschaft machen die CPM zu der ersten Adresse im Forderungskauf. Verkäufer profitieren von den hohen Beitreibungsquoten und ausgefeilten Prozessen im Inkasso, von einem hohen Verkaufserlös und einer schnellen Auszahlung des Kaufpreises.

Integration ins deutsche Netz

Creditreform International hat sein Engagement in Mittel- und Osteuropa im Geschäftsjahr 2004 erfolgreich ausgeweitet. Doch auch im Westen erzielten die neun Büros in der Schweiz und in acht österreichischen Geschäftsstellen trotz der

EU-Bürger in Polen. Das Potenzial des Marktes in Mittel- und Osteuropa verdeutlicht auch das Volumen des Außenhandels, das im Jahr 2003 um knapp zwölf Prozent stieg.



schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein erfreuliches Jahresergebnis.

Creditreform International ist inzwischen insgesamt in 17 Ländern mit eigenen Landesgesellschaften vertreten. Seit der Eiserner Vorhang gefallen ist, engagiert sich das Unternehmen in Mittel- und Osteuropa und hat eine überdurchschnittliche Marktposition erreicht. Der Erfolg ist zugleich Antrieb, um die Expansion in den nächsten Jahren weiter voranzutreiben: Derzeit befinden sich Landesgesellschaften in Serbien-Montenegro, Bosnien-Herzegowina, in der Ukraine und in Weißrussland im Aufbau.

Der Bedarf an Informationen sowohl über Unternehmen als auch über Privatpersonen ist nicht zuletzt durch die Erweiterung der Europäischen Union im letzten Jahr deutlich gewachsen. So lebt heute beispielsweise jeder zweite neue

Mengeninkasso stark gefragt

Insgesamt stieg die Anzahl der Wirtschaftsauskünfte, die Creditreform-Landesgesellschaften in Mittel- und Osteuropa erteilten, um elf Prozent. Die stattlichen Zuwächse von rund 31 Prozent der Auskünfte im Bereich Import und von gut elf Prozent im Export belegen die positive Entwicklung.

Besonders stark wuchs das Inkassosegment. Vor allem die Geschäftsstellen in Lettland/Baltikum und in Bulgarien verzeichneten einen deutlichen Anstieg im Bereich Mengeninkasso, das vorrangig für Telefongesellschaften durchgeführt wurde. Aber auch der Einzug von Forderungen im Business-to-Business-Bereich expandierte.

In den kommenden Monaten ist es vorrangiges Ziel, alle Creditreform-Landesgesellschaften in das Online-System

von Creditreform einzubinden. Bis Ende des Jahres sollen auch die Unternehmensdaten der Landesgesellschaften in Polen, Tschechien, Slowenien und der Slowakei Teil des Creditreform-Netzes sein.

Funktionalitäten wie eine Mailbox erweitert und bietet vermehrt internationale Auskünfte an. Zusätzlich wurde der Internet-Auftritt dem Design von Creditreform International angepasst. Die Produktentwicklung war 2004 geprägt von



Schweizer Verband steigert den Umsatz

Der Schweizer Verband Creditreform absolvierte ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2004 und erzielte mit seinen neun Kreisbüros und rund 190 Mitarbeitern eine Umsatzsteigerung von rund drei Prozent gegenüber 2003.

Die Firmenlandschaft zeigte sich 2004 sehr bewegt. Während das Jahr einen neuen Rekord bei den Unternehmenskonkursen brachte – knapp 5.000 Firmen (+ 9 Prozent) fielen dem Pleitegeier zum Opfer – stieg auch die Zahl der Neueintragungen mit einem Plus von gut sieben Prozent stark an. Angesichts so großer Dynamik ist auch in Zukunft mit stabil hohen Konkurszahlen zu rechnen.

Der schweizerische Verband Creditreform hat im Geschäftsjahr 2004 seine Internet-Datenbank um verschiedene

intensiver Mitarbeit in den Best Practice-Arbeitsgruppen von CrefoTEAM, die die neue Auskunftsapplikation hinsichtlich der landesspezifischen Anforderungen der Schweiz prüften. Außerdem wurde ein neues Konzept für eine Datenbank zur synthetischen Bonitätsprüfung unter dem Namen „CrefoPool“ entwickelt, die den 12.000 Mitgliedern und Kunden etwa ab Mitte des Jahres 2005 zur Verfügung stehen wird.

Direkter Nutzwert

Creditreform-Mitglieder können sämtliche Dienstleistungen des Unternehmens in Anspruch nehmen. Doch das ist noch nicht alles. Die Zeitschrift „Creditreform – das Unternehmernmagazin aus dem Hause Handelsblatt“ – steht jedem Mitglied im Freiabonnement zur Verfügung. Und ganz neu: „creditreform wissen“ – das Fachmagazin für Führungskräfte – wurde im Januar 2005 erstmals und mit großem Erfolg ausgegeben.

Die Zeitschrift Creditreform kann auf eine lange Tradition zurückblicken: Zum ersten Mal erschien sie 1885, damals noch in einer Auflage von 20.000 Exemplaren. Seit 1972 wird „Creditreform – das Unternehmernmagazin aus dem Hause Handelsblatt“ von der Verlagsgruppe Handelsblatt gestaltet, redaktionell betreut und produziert. Die Auflage liegt mittlerweile bei 130.000 Exemplaren. Und seit September 2004 ist das Magazin auch bei ausgesuchten Buchhandlungen und Kiosken zu erwerben. Allen Creditreform Mitgliedern wird die Zeitschrift aber nach wie vor frei Haus auf ihren Schreibtisch geliefert.

Unternehmensalltag leicht gemacht

Das Magazin Creditreform hat sich die direkte unternehmerische Hilfestellung auf die Fahne geschrieben. Die vier Kernrubriken heißen *Markt*, *Geld*, *net@profit* und *Vermögen*. In der Rubrik *Markt* geht es darum, den Unternehmern Hilfestellung in der Unternehmensführung zu geben: Das reicht von der Personalführung über

Marketing bis hin zu Trends und Entwicklungen, die Unternehmer kennen sollten. In der Rubrik *Geld* dreht sich alles um die Unternehmensfinanzierung – eine Rubrik, die gerade in den letzten Jahren – vor allem auch durch Basel II – enorm an Bedeutung gewonnen hat. Ziel ist es, Unternehmern alternative Finanzierungsmöglichkeiten aufzuzeigen und sie fit für deren Beschaffung zu machen. *Net@profit* will Hilfestellung in Sachen Informationstechnologie geben, wobei darauf geachtet wird, dass es immer auch um den Profit geht, nicht allein ums Image. *Vermögen* schließlich widmet sich der Schnittstelle zwischen privatem Vermögen und unternehmerischem Kapital. Die Rubrik *CR-intern* ist der Bereich von Creditreform im Magazin. Hier werden Unternehmensmeldungen und Neuigkeiten aus dem Hause Creditreform veröffentlicht.

Erhöhter Freizeitwert

Im Oktober 2004 wurde eine neue Rubrik im Creditreform-Magazin gelauncht: *SevenEleven*. Der Name ist Programm und setzt die möglichen Uhrzeitmarken, zwischen denen sich ein Unternehmer dem widmen kann, was nicht nur Leistung sondern auch Leben ausmacht: in der Zeit zwischen sieben und elf Uhr abends. *SevenEleven* gibt dem Unternehmer Dinge an die Hand, die nicht direkt seiner unternehmerischen Tätigkeit dienen, aber möglicherweise seiner Gesundheit, seiner Unterhaltung und seiner Freude an schönen Dingen, was natürlich auch der Arbeit

zugute kommt. Denn alles, was Spaß macht, motiviert schließlich auch.

Ebenfalls zusammen mit der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH hat der Verband der Vereine Creditreform e.V. im April 2004 das Internet-Portal www.firmenwissen.de ins Leben gerufen. Firmenwissen.de bietet seinen Nutzern ein umfassendes Portfolio an internationalen Informationsdiensten an. Unternehmer und Entscheider finden hier wichtige und aktuelle Geschäfts- und Firmeninformationen.

creditreform wissen

Im Oktober 2002 wurde ein Magazin für die Führungskräfte und Geschäftsführer von Creditreform ins Leben gerufen, um sie mit Hintergrundwissen zu ausgewählten Themenbereichen auszustatten. Mit Beginn des Jahres 2005 wird „creditreform wissen“ auch den Schlüsselkunden und



einer ausgewählten interessierten Öffentlichkeit kostenfrei zugesandt. creditreform wissen erscheint viermal im Jahr und enthält nicht nur Inhalte rund um das Portfolio der Unternehmensgruppe Creditreform wie Kreditmanagement, Forderungsmanagement und Risikoanalyse, sondern auch Managementthemen, Informationen zu *Markt und Wettbewerb* sowie Berichte und Hintergrundinformationen aus der Finanz- und Informationsdienstleistungsbranche.



Kreditwürdige Kunden erkennen

Als Informationsdienstleister mit dem Fokus auf Konsumenten bietet die CEG Creditreform Consumer GmbH, ein Creditreform-Tochterunternehmen, kreditgebenden Firmen branchenübergreifende, bonitätsrelevante Informationen über private Verbraucher. Die Nachfrage steigt ständig und entwickelte in 2004 beachtliche Dynamik. Mit dem neuen Tool „Consumer Feedback“ bietet die CEG seit dem letzten Jahr auch kleineren Kunden die Möglichkeit, eigene Zahlungserfahrungen online einzugeben.

Das Risiko bei der Vergabe von Konsumentenkrediten wächst, denn die wirtschaftliche Lage der privaten Haushalte in Deutschland hat sich 2004 weiter verschlechtert. Inzwischen gelten rund drei Millionen Haushalte in Deutschland als überschuldet. Statistisch gesehen wären somit mehr als alle privaten Haushalte in Schleswig-Holstein betroffen.

Private Insolvenzen legen zu

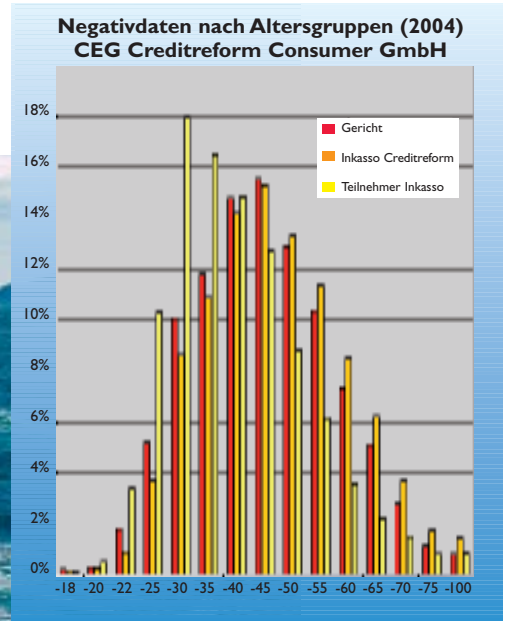
Der Schuldneratlas, den CEG gemeinsam mit der microm GmbH im Herbst 2004 aktualisiert hat, veranschaulicht, dass die privaten Insolvenzen zunehmen. Damit wächst für Banken, Telekommunikationsunternehmen, Versandhändler, Wohnungsbaugesellschaften und Energieversorger die Bedeutung aktueller und umfassender Informationen zur Absicherung von Krediten und Warenlieferungen an Endverbraucher. Wir entsprechen diesen hohen Anforderungen und haben unseren CEG-Datenpool auch im Geschäftsjahr 2004

kontinuierlich erweitert. Inzwischen führen wir jeden fünften Bundesbürger in unserer Datei, die über 17 Millionen Negativmerkmale verfügt, beispielsweise aus Schuldnerlisten, Insolvenzregistern, eigenen Mahn- und Inkassoverfahren von Creditreform sowie Informationen der Creditreform-Kunden.

Vernetzte Informationen sind gefragt

Aber nicht nur der Bedarf an zeitnahen Datensätzen wächst spürbar, vermehrt sind auch vernetzte Informationen gefragt. So wurden in den vergangenen Monaten verstärkt Auskünfte abgerufen, um Angaben über Privatpersonen mit Datensätzen aus dem Konsumenten- und Firmenbereich abzugleichen. Denn als Mitglied der Creditreform-Gruppe ist CEG als einziger Dienstleister bundesweit in der Lage, Negativmerkmale säumiger Zahler mit Firmenadressen in Verbindung zu bringen, die eine Person für den privaten Konsum nutzt. Ungefähr 600.000 harten Negativmerkmalen und damit jedem fünften Eintrag in den bundesweiten Schuldnerlisten der Amtsgerichte können eine oder mehrere gewerbliche Adressen einer Person zugeordnet werden.

Dieses Leistungsangebot war im Geschäftsjahr 2004 ein wichtiger Meilenstein für die positive Entwicklung der CEG-Konsumenteninformationen.



Feedback online erfassen

Um den Informationsbestand weiter auszuweiten und unseren Kunden lückenlose Daten bieten zu können, haben wir mit dem „Consumer-Feedback“ ein neues, Internet-basiertes Eingabetool entwickelt. Bundesweit erhalten auch kleine und mittlere Mitgliedsunternehmen der Vereine Creditreform jetzt die Möglichkeit, personenbezogene Zahlungsinformationen direkt in eine Datenbank einzugeben. Dieses Consumer-Feedback ist eine wichtige Basis, um den branchenübergreifenden Pool von Zahlungsinformationen kontinuierlich weiter auszubauen.

Wie gut die Angaben der CEG-Kunden über ihre branchenübergreifenden Zahlungserfahrungen die öffentlich verfügbaren Informationen ergänzen, zeigt eine Auswertung der im CEG-Datenpool ge-

speicherten Personen getrennt nach Altersklassen und Herkunft der Daten: In den Altersklassen der bis 30 und bis 35-jährigen mit 18 beziehungsweise 16,5 Prozent der Informationen liegen weit aus mehr negative Erfahrungen der CEG-Kunden vor, als entsprechende Daten aus öffentlichen Quellen. So tragen diese Informationen maßgeblich dazu bei, Schuldnerkarrieren frühzeitig zu erkennen, noch bevor erstmals öffentliche Daten vorliegen.

Mit Sicherheit mehr Liquidität

Zu Beginn des Jahres 2005 hat Creditreform eine neue Factoring-Gesellschaft in Kassel gegründet. Damit gehören jetzt bundesweit 13 Crefo-Factoring Gesellschaften zur Unternehmensgruppe. In den vergangenen Jahren konnten sich die einzelnen Gesellschaften in Aschaffenburg, Berlin, Bonn, Bremen, Duisburg, Hamburg, Hannover, München, Münster, Neuss, Pforzheim und Solingen überdurchschnittlich gut positionieren und zählen inzwischen als Crefo-Factoring-Gruppe zu den führenden deutschen Unternehmen für das Factoring im Mittelstand.

Zu den Stärken der Crefo-Factoring Gesellschaften gehören ihre Einbindung in die Gemeinschaft der Creditreform-Gruppe und ihr überregionaler und flächendeckender Marktauftritt in Verbindung mit regional strukturierten Unternehmenseinheiten, die einen engen Kontakt zum Kunden vor Ort sicherstellen. Die Dienstleistungen richten sich vorrangig an mittelständische Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu fünf Millionen Euro pro Jahr. Aber auch kleinere Betriebe, die einen höheren Jahresumsatz als 250.000 Euro ausweisen, oder Existenzgründer können die Full-Service-Leistungen des Crefo-Factorings nutzen, welche sicherstellen, dass aus abgerechneten Leistungen auch Zahlungseingänge resultieren.

Factoring ist ein Finanzierungsinstrument, das Herstellern, Händlern und Dienstleistern nahezu aller Branchen offen steht. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund des

schwierigen konjunkturellen Umfelds und der rund 40.000 Firmeninsolvenzen im Jahr 2004 sowie der Anforderungen von Basel II und der angespannten Eigenkapitalsituation der Unternehmen nutzen immer mehr Betriebe das Factoring als alternatives Refinanzierungsinstrument. Denn mehr als 40 Prozent der Unternehmen klagen über eine restriktivere Kreditvergabepolitik der Banken und auch die zweistelligen Wachstumsraten der Factoring-Branche spiegeln die zunehmende Bedeutung für die finanzielle Sicherheit des Mittelstandes wider. Im Jahr 2004 belief sich das Factoring-Volumen in Deutschland auf mehr als 40 Milliarden Euro – Tendenz steigend.

Crefo-Factoring löst vielfältige Aufgaben

Factoring bietet eine gute Möglichkeit, aus dem Umlaufvermögen sofort Barliquidität zu erzielen. Allerdings eignet sich der Forderungsverkauf nur für solvente Unternehmen mit einer gesunden Gesamtstruktur. Die Crefo-Factoring Gesellschaften zahlen offene Rechnungen sofort und sichern so die Liquidität ihrer Kunden, die ihr Umsatzwachstum solide und sicher finanzieren können – ohne Abhängigkeit von einem Kreditgeber. Denn mit dem Verkauf der Forderungen werden rund 80 Prozent des Kaufbetrages, abzüglich der Factoring-Gebühr, sofort ausgezahlt. Die restlichen 20 Prozent erhält der Kunde nach Zahlung des Schuldners.

Gleichzeitig sichert Crefo-Factoring



die Firmen ab, weil das Risiko des Forderungsausfalls zu 100 Prozent übernommen wird. Auch hinsichtlich der Entlastung von einer Vielzahl administrativer Tätigkeiten liegen die Vorteile für mittelständische Unternehmen auf der Hand und die Verwaltungskosten im eigenen Haus können spürbar reduziert werden. Denn Crefactoring sorgt dafür, dass sich die Kunden auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können. Die Gesellschaften prüfen beispielsweise laufend die Bonität der Kunden und tragen so dazu bei, einen gesunden Kundenstamm aufzubauen. Sie übernehmen das Debitorenmanagement ebenso

wie die Überwachung der Schuldner, den Versand der Rechnungen, das gesamte Mahnwesen, den Einzug der Forderungen und sorgen dafür, dass den Kunden tagesaktuelle Auswertungen zur Verfügung stehen. Den Aufwendungen für diese Leistungen stehen messbare Kostensenkungen gegenüber. Die wichtigsten Einsparungspotenziale auf einen Blick:

- Wegfall oder nachhaltige Reduzierung der Refinanzierungskosten
- Realisierung bisher ungenutzter Skonto-Potenziale
- Reduzierung der Verwaltungskosten
- Vermeidung von Forderungsausfällen

Ratings sind gefragt

Die Creditreform Rating AG hat in den letzten fünf Jahren bundesweit Standards in der Entwicklung externer Ratings gesetzt und zählt heute zu den bedeutendsten Ratingagenturen für mittelständische Unternehmen in Deutschland und Österreich. Im Geschäftsjahr 2004 hat das Unternehmen deutschlandweit die größte Bilanzdatenbank eingerichtet und erfolgreich einen neuen Bilanzbericht aufgelegt. Für Banken und Unternehmen wurde erstmals die Bewertung von Forderungsportfolios übernommen.

Viele mittelständische Unternehmen in Deutschland müssen ihre Finanzierungsstruktur – auch vor dem Hintergrund von Basel II – überdenken. Externe Ratings bieten Unternehmen dabei eine wertvolle Hilfestellung bei der Finanzkommunikation. Deshalb unterstützt die Creditreform Rating AG Betriebe seit dem vergangenen Jahr auch mit Ratings, die den Zugang zu unterschiedlichen Finanzierungsquellen, wie den neuen Genussschein- und Mezzanine-Finanzierungen oder Anleihen, erleichtern. Ein Teil der Ratinganalysen wird im Auftrag von Banken erstellt. Denn die Analysen ergänzen die bankinternen Ratings und liefern den Finanzinstituten wertvolle Zusatzinformationen für ihre Kreditentscheidungen. Die Nachfrage nach externen Ratings stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr erheblich, sodass die Creditreform Rating AG ihre Analystenkapazitäten deutlich ausgeweitet hat.

60.000 Jahresabschlüsse ausgewertet

Gemeinsam mit den Vereinen Creditreform hat die Creditreform Rating AG für die Creditreform-Mitglieder im Geschäftsjahr 2004 die größte Datenbank mit Jahresabschlüssen über deutsche Unternehmen erstellt. Aktuell stehen mehr als 60.000 veröffentlichte Jahresabschlüsse zur Verfügung, die für die verschiedenen Creditreform-Auskunftsprodukte ausgewertet werden. Creditreform-Mitglieder können diese Bilanzanalysen jetzt auch online abrufen.

In enger Zusammenarbeit mit den Kunden wurden überdies die Bilanzdaten von weiteren 220.000 Jahresabschlüssen zusammengetragen, die nicht öffentlich zugänglich sind. Diese Datensammlung, die beständig erweitert wird, ist die Basis für Benchmark-Analysen und eine wichtige Grundlage der quantitativen Ratingsysteme.

Grünes Licht für die Bilanzampel

Seit Juni 2004 werden die Vereine Creditreform mit dem neuen Bilanzbericht, der Bilanzampel, unterstützt. Die Creditreform Rating AG erstellt aus den Jahresabschlüssen, welche die Vereine Creditreform zur Verfügung stellen, Jahresabschlussanalysen, die wertvolle Angaben liefern, sowohl für die Beurteilung der Unternehmensentwicklung als auch für das Krediturteil, das wiederum in die Creditreform Wirtschaftsauskunft einfließt.

Kennzahlen

	2004	2003
Vermögensstruktur		
Anlageintensität (in %)	30,37	37,69
Kapitalumschlag	0,15	1,78
Kundenziel (Tage)	11,94	42,50
Kapitalstruktur		
Eigenkapitalquote (in %)	36,28	35,93
Verschuldungsgrad	1,76	1,78
Lieferantziel (Tage)	76,11	4,26
Finanzkraft		
Cash Flow zur Gesamtleistung (in %)	50,13	
Cash Flow ROI (in %)	7,59	
dynamische Entschuldungsdauer (Jahre)	1,56	



Boniätsklasse Rot
nicht ausreichende Bilanzbonität

Boniätsklasse Gelb II
noch durchschnittliche Bilanzbonität

Boniätsklasse Gelb I
durchschnittliche Bilanzbonität

Boniätsklasse Grün
sehr gute bis gute Bilanzbonität

„Gini“ bürgt für Qualität

Die Trennschärfe moderner Ratingsysteme, zu denen auch der Creditreform Bonitätsindex zählt, wird durch statistische Gütemaße wie den „Gini-Koeffizienten“ beurteilt. Dieser gibt Aufschluss darüber, inwieweit das Risiko finanzieller Ausfälle innerhalb eines bestimmten Zeitraums vorhergesagt werden kann. Sein Aussagewert nimmt zu, wenn die Anzahl der insolventen Unternehmen in den schlechten Bonitätsklassen am höchsten ist. Nach einer Studie der Universität Heidelberg sowie der Technischen Universität Wien ist der Creditreform Bonitätsindex im Vergleich zu anderen Ratingsystemen als sehr gut einzustufen. Die Creditreform Rating AG weist den Gini-Koeffizienten regelmäßig für alle Vereine der Organi-

sation Creditreform aus und leistet damit einen zentralen Beitrag zum permanenten Qualitätsmanagement und zur Verbesserung der Wirtschaftsauskünfte.

Gesamten Forderungsbestand bewerten

Um Ausfallrisiken frühzeitig zu erkennen, wird für Unternehmen und Banken die Bewertung ihrer Forderungsbestände zunehmend wichtiger. Deshalb bietet die Creditreform Rating AG jetzt die Prüfung der Ausfallwahrscheinlichkeit von Forderungen im Gesamtportfolio auf Basis des Bonitätsindex an. Grundlage hierfür sind die Informationen der Creditreform Firmendatenbank, die Privatkundendaten der CEG und die Adressinformationen der microm GmbH.

Gute Adressen für bessere Mailings

bedirect bietet SELECT-Adressen sowohl zur Neukundengewinnung als auch zur individuellen Pflege von Business-Datenbanken. Das Gemeinschaftsunternehmen von Creditreform und AZ Direct, einem Unternehmen der Bertelsmann-Gruppe, verbindet das hohe Rechercheniveau der größten deutschen Wirtschaftsauskunftei mit dem Know-how eines europaweiten Full-Service-Anbieters im Direktmarketing.

Basis der Leistungen ist die bundesweit flächendeckende bedirect-Unternehmensdatenbank mit rund zehn Millionen Datensätzen zu aktiven, aber auch passiven Betrieben wie Verwaltungsgesellschaften und ruhenden Unternehmen. Darüber hinaus umfasst die Unternehmensdatenbank auch historische Angaben, beispielsweise über Umfirmierungen, Adressänderungen oder Handelsregister-Löschungen.

Wichtigster Datenpartner ist die Creditreform-Gruppe. Diese exklusive Datenpartnerschaft und die zuverlässige Recherche von mehr als 1.000 Mitarbeitern in den 130 Vereinen Creditreform in Deutschland sichern den hohen Standard der Daten: die SELECT-Qualität.

Kurzer Pflegerhythmus sichert Datenqualität

Mit den SELECT-Adressen werden Unternehmen bei der kosteneffektiven Neukundengewinnung im Business-to-Business-Geschäft unterstützt. Im vergangenen Geschäftsjahr wurde die Aktualität der Datensätze, die den Kunden vermietet werden, weiter verbessert und der Pflegerhythmus

der wirtschaftsaktiven und bonitätsgeprüften Unternehmensinformationen erneut deutlich verkürzt. Zur Verfügung stehen nicht nur Firmierungen und Anschriften oder Angaben zur Branche, sondern auch Umsatz- und Mitarbeiterzahlen sowie vielfältige und exakte Informationen zu den Führungskräften.

SELECT-Adressen online ordern

Erstmals seit Anfang Dezember 2004 können die SELECT-Adressen auch online unter www.firmenzielgruppen.de ausgewählt und geordert werden – schnell und bequem. Branchen, regionale Eingrenzungen, Mitarbeiter, Umsätze, Rechtsform und Kommunikationsdaten lassen sich einfach im Webkatalog recherchieren und via E-Mail anfordern. In der Regel können die Kunden bereits eine Stunde später mit den Adressen arbeiten.

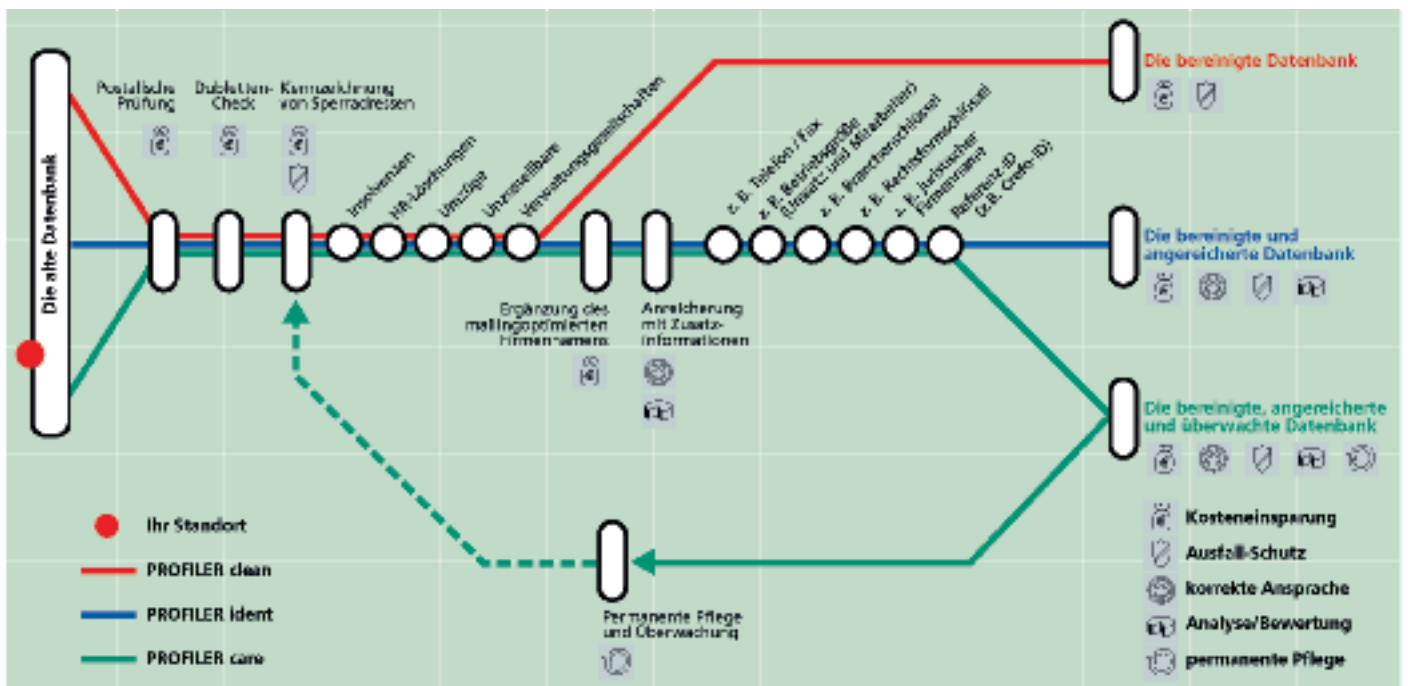
bedirect PROFILER: der Kunde im Fokus

bedirect PROFILER ist das neue Produkt für die Pflege von Bestandskundenadressen. Um den Kunden je nach Anforderung individuell zugeschnittene Lösungen bieten zu können, hat bedirect im vergangenen Geschäftsjahr drei neue Leistungsbausteine entwickelt:

- bedirect PROFILER clean ist eine Einmallösung mit dem Ziel, schnell über eine Mailing-optimierte Datenbank zu verfügen. Durch den maschinellen Abgleich gegen ausgesuchte Sperrdateien werden werbeungeeignete und veral-

tete Adressen in der Kundendatenbank gekennzeichnet. Durchschnittlich werden etwa fünf bis 15 Prozent der

sowie kaufmännische Kundenbewertungen und vermeiden unnötige Herstellungskosten.



Daten bereinigt. Vorteil: Produktions- und Portokosten werden gesenkt, der Schutz vor Zahlungsausfällen steigt.

- bedirect PROFILER ident ist das passende Produkt für Unternehmen, die das Profil ihrer Kunden besser kennen lernen möchten. Der Abgleich erfolgt sowohl maschinell als auch manuell. Durch diese Kombination können im Schnitt 85 Prozent der Datenbank bearbeitet werden. Erst die bereinigte Datenbank wird mit ergänzenden Daten angereichert. Die zusätzlichen Firmeninformationen verbessern Analyse-möglichkeiten, vertriebsunterstützende Maßnahmen

- bedirect PROFILER care umfasst die Bereinigung, Anreicherung und die dauerhafte Pflege der Datenbank. Das Produkt ist auf Kunden zugeschnitten, die für mindestens zwei Jahre eine permanente und umfassende Adresspflege und automatische Überprüfung von Neueinträgen wünschen. So steht für alle Marketing- und Vertriebsaktionen jederzeit eine optimale Datenbasis zur Verfügung. Entsprechend den Bedürfnissen der Kunden gestaltet sich der Pflegerhythmus. So können beispielsweise nur die aktualisierten Daten an den Kunden gehen oder aber er erhält den aktuellen Gesamtbestand.

Portfolio intelligent erweitern

microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH ist Spezialist für mikrogeografische Informationen. Das Unternehmen der Creditreform-Gruppe, das sich in den vergangenen 13 Jahren zu einem der Marktführer der Branche entwickelte, hat seine Leistungspalette im Jahr 2004 weiter ausgebaut. Kunden erhalten jetzt nicht nur Daten und Analysen zu ihren Kunden, sondern auch exakt selektierte Adressen für die Neukundengewinnung.

Neu: kostenloser Adress-Check

Im Geschäftsjahr 2004 hat microm sein Portfolio mit Adress-Services abgerundet und die klassischen Services wie Qualifizierung, Anreicherung, Segmentierung und Waschabgleich um ein wichtiges Segment ergänzt. Der Adress-Check umfasst eine kostenlose Diagnose des Adressbestandes hinsichtlich postalisch korrekter Schreibweise, Überprüfung der Anrede und Namen, Zustellbarkeit, Dubletten sowie einer Umzugs- und Verstorbenenprüfung.

Zusätzlich wird die Trefferquote für die Anreicherung mit Telefonnummern und Risikokennziffern angezeigt. Anhand dieser Diagnose entscheidet der Kunde, welche Dienstleistungen er in Anspruch nehmen möchte, um seine Datenbank zu bereinigen oder zu aktualisieren.

Lycos-Datenbank bereinigt

Im vergangenen Geschäftsjahr korrigierte und filterte microm mit dem neuen Service erfolgreich die insgesamt 7,5 Millionen Adressen, die sich bei dem Internetanbie-

ter Lycos in den letzten fünf Jahren angesammelt hatten. Um die Daten zukünftig sinnvoll für Direktmarketing-Aktionen nutzen zu können, wurden die Adressen in mehreren Schritten aufbereitet:

- Bereinigung der Datensätze um sinnlose Eingaben
- Postalische Korrektur der verbliebenen Adressen
- Kosmetische Bereinigung beispielsweise der Groß-Klein-Schreibung, Überprüfung der Namenslogik oder der Anrede
- Namensüberprüfung durch die Identifikation und Löschung leerer oder unplausibler Namenseingaben
- Dublettenbereinigung
- Abgleich gegen Umzugsliste, Sterbedatei und Werbeverweigerer

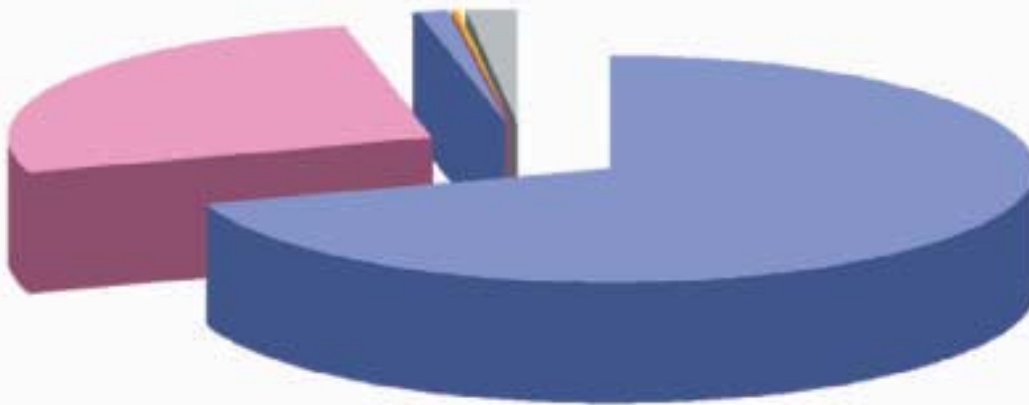
Allein bei der Grobbereinigung fielen drei Millionen Adressen als Fantasieeinträge heraus. Bei der postalischen Bereinigung wurden nochmals 15 Prozent der Datensätze sowie weitere 60.000 Dubletten aussortiert. Nach dem microm-Check verfügt Lycos über rund zwei Millionen qualifizierte Adressen, die gezielt für individuelle Kunden-Services sowie Cross- und Up-Selling-Maßnahmen genutzt werden können.

Zukünftig werden diese Daten weiter profiliert: microm unterstützt den Datenbankanbieter dabei, die Lycos Nutzer zu identifizieren, die als potenzielle DSL Nutzer in Betracht kommen. Durch dieses Scoring wird deutlich, wo Direktmarketing-Maßnahmen erfolgreich sind.



microm

Ergebnis der Namensanalyse



- männlich, Herr
- weiblich, Frau
- Firma
- überwiegend männlich
- überwiegend weiblich
- keine Privatadresse
- keine gefunden

microm vertreibt Konsumentenadressen

Im September 2004 komplettierte microm das Adressangebot und wurde erster Vertriebspartner für die Konsumenten-Datenbank der Deutschen Post Direkt, die mit über 34 Millionen Adressen nahezu alle Privathaushalte in Deutschland abdeckt. Die Datenbank steht microm vierteljährlich aktualisiert zur Verfügung und enthält Anrede, Name, Vorname, Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort.

Zusätzlich qualifiziert microm diese Adressen durch mikrogeografische Daten und Konsuminformationen. Über 70 Merkmale, wie etwa Milieuzugehörigkeit, Status,

Kaufkraft, Zahlungsausfallwahrscheinlichkeit und MOSAIC-Typ, informieren darüber, wo und wie ein Kunde lebt und ermöglichen so eine exakte Zielgruppenselektion – bundesweit oder auf regionaler Ebene. Entscheidender Vorteil: Unternehmen stehen immer wieder andere und hochwertige Adressen für die gezielte Neukundengewinnung zur Verfügung, Streuverluste werden effektiv vermieden, Mailingkosten und Stornozahlen deutlich reduziert.

Aufschwung vertagt

Das Jahr 2004 war für die Weltwirtschaft das beste seit fast 30 Jahren. Die Exporte und die Binnenkonjunktur boomten, einziger Wermutstropfen waren die hohen Ölpreise. Doch in Deutschland war wenig zu spüren von der florierenden Weltwirtschaft. Die Arbeitslosenzahl belief sich im Januar 2005 auf fünf Millionen Betroffene, die Verbraucher waren verunsichert, konsumierten wenig und nur die Exportkonjunktur verhinderte eine Rezession.

Creditreform befragt traditionell zweimal im Jahr mittelständische Unternehmen nach ihrem Befinden. Zu Beginn des Jahres 2004 gaben sich die Unternehmer hoffnungsvoll: Ein knappes Viertel (24,4 Prozent; Vorjahr: 16,3 Prozent) erwartete steigende Umsätze und immerhin jeder fünfte Betrieb rechnete mit einer steigenden Ertragslage innerhalb des nächsten halben Jahres (19,6 Prozent; Vorjahr: 13,5 Prozent). Auch auf dem mittelständischen Arbeitsmarkt zeichnete sich eine leichte Besserung ab: 12,7 Prozent der befragten 4.000 Unternehmer planten, ihren Personalbestand künftig aufzustocken zu wollen, im Jahr zuvor waren es noch 10,6 Prozent.

Im Laufe des Jahres 2004 kamen – entgegen den Ankündigungen zu Jahresbeginn – wenig Impulse von den Investitionen und dem privaten Konsum. In der Herbstbefragung des letzten Jahres trübten sich die Aussichten denn auch wieder ein. Die Zahl der Betriebe, die auf steigende Umsätze hofft, ging auf 20,9 Prozent

zurück und nur noch 9,5 Prozent der befragten Betriebe wollten ihren Personalbestand aufstocken. Auch die Ertragsaussichten trübten sich ein: Nur noch 23,8 Prozent hoffen auf steigende Erträge, aber 36,5 Prozent befürchten sinkende.

Am Scheidepunkt: die Finanzierung

Ursache, aber auch Folge der Situation vieler mittelständischer Unternehmen ist die Finanzierung, die bestimmt wird von Problemen in der Liquidität durch Zahlungsverzüge und -ausfälle, durch schlechte Eigenkapitalquoten und steigende Insolvenzzahlen. Noch nicht einmal jedes fünfte Unternehmen in Deutschland ist ausreichend mit Eigenkapital versorgt. Von einer stabilen Ausstattung mit Eigenkapital spricht man, wenn dieses mehr als 30 Prozent im Verhältnis zum Umsatz ausmacht. Für 19,9 Prozent (Vorjahr: 18,3 Prozent) der im Herbst 2004 befragten mittelständischen Unternehmer trifft dies zu. Dagegen stehen 36,0 Prozent (Vorjahr: 35,7 Prozent), die weniger als zehn Prozent Eigenkapital zur Verfügung haben und damit unterkapitalisiert sind.

Das Zahlungsverhalten seiner Kunden beurteilt noch nicht einmal jedes dritte Unternehmen (27,6 Prozent; Vorjahr: 28,6 Prozent) mit „sehr gut“ oder „gut“. 13,8 Prozent (Vorjahr: 13,5 Prozent) vergeben gar die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“. So gehören Forderungs-

Unternehmensinsolvenzen

Die Entwicklung der Unternehmensinsolvenzen in Deutschland:

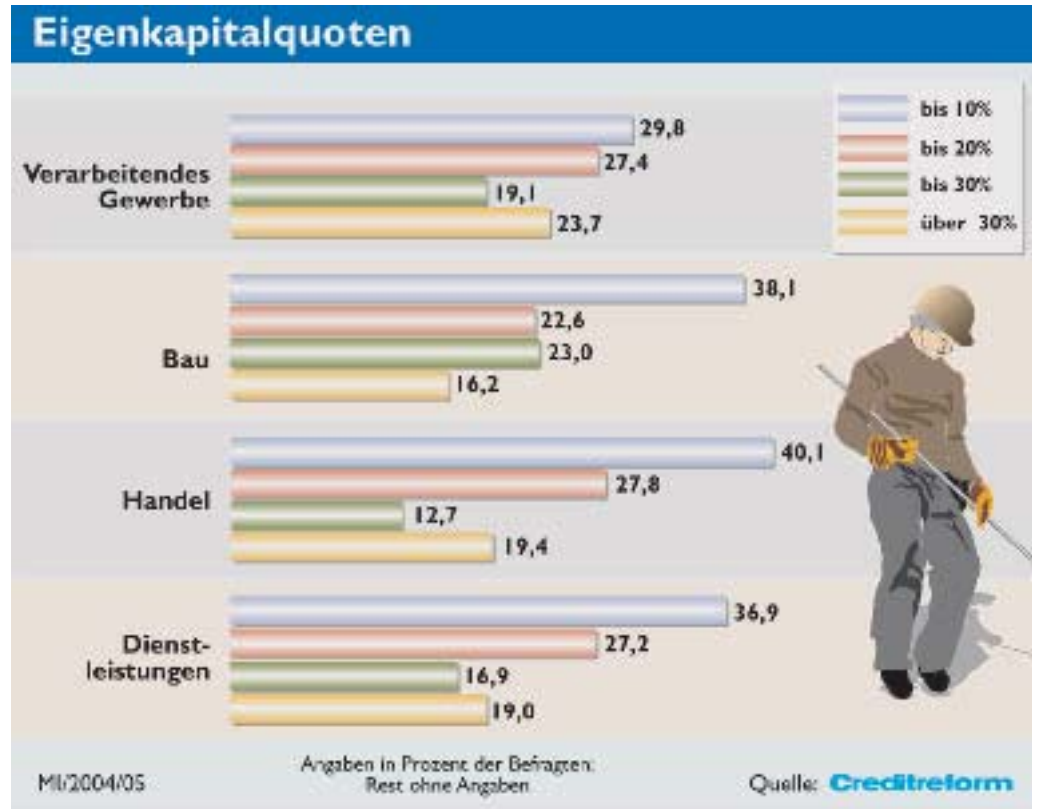


verluste zum Unternehmensalltag: Nur 14,5 Prozent der befragten Betriebe hatten in den vergangenen zwölf Monaten keine Forderungsausfälle hinzunehmen, aber 17,0 Prozent mussten Forderungsausfälle von mehr als einem Prozent im Verhältnis zum Umsatz verkraften.

Keine Trendumkehr bei den Insolvenzen

In der ersten Jahreshälfte deutete sich eine Trendwende bei den Unternehmensinsolvenzen an: Zum ersten Mal seit 1999 war im ersten Halbjahr 2004 ein Rückgang der Unternehmensinsolvenzen zu

verzeichnen. Doch die Freude währte nur kurz: Zum Jahresende 2004 wurden 39.600 Unternehmenszusammenbrüche gezählt – 0,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die erhoffte Umkehr bei der Entwicklung der Insolvenzen hat noch immer nicht eingesetzt. Und jeder Zusammenbruch zieht weite Kreise: 2004 erlitt die Volkswirtschaft einen Schaden in Höhe von 39,4 Milliarden Euro, etwa weil Forderungen unbezahlt blieben. 604.000 Arbeitnehmer waren von der Insolvenz ihres Arbeitgebers betroffen und der Arbeitsplatz damit unmittelbar bedroht.



Deutlich stärker als die Unternehmensinsolvenzen steigen die Konkurse von Privatpersonen, also Verbrauchern und ehemals selbstständig Tätigen, an. Um 25,0 Prozent auf 76.100 betroffene Personen wuchs die Zahl der Privatinsolvenzen im Jahresverlauf. Seit Einführung der Insolvenzordnung im Jahre 1999 haben sich die Insolvenzen von Privatpersonen mehr als verzehnfacht, ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen.

Europa: steigende Unternehmensinsolvenzen

Auch in Westeuropa ist ein Anstieg der Unternehmensinsolvenzen zu verzeichnen: Um 1,0 Prozent auf 156.245 betroffene Betriebe nahmen die Konkurse zu. Den größten Anteil am europäischen Insolvenzgeschehen hat Frankreich mit knapp über 40.000 Zusammenbrüchen. Deutschland rangiert auf Platz zwei. Den größten Zuwachs an Insolvenzen verzeichnet Griechenland – hier stiegen die Pleiten um

20,2 Prozent auf 577 betroffene Unternehmen. Großbritannien konnte sein Insolvenzaufkommen dagegen um 13,4 Prozent drosseln: Nur noch 12.827 Unternehmen mussten 2004 den Gang zum Insolvenzgericht antreten.

Für die immer noch steigende Zahl der Insolvenzen liegen zwei Hauptursachen wohl in der mangelhaften finanziellen Ausstattung vieler Betriebe und in dem konjunkturellen Gefüge, in dem diese und ihre Branche sich bewegen. So sind in Spanien beispielsweise mittelständische Unternehmen mit 41 Prozent Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme verhältnismäßig gut kapitalisiert. In Italien (22 Prozent Eigenkapital) und Deutschland (20 Prozent Eigenkapital nach Angaben des BDI) sind mittelständische Betriebe häufig unterkapitalisiert. In Italien kommt erschwerend für die Betriebe hinzu, dass sehr langsam gezahlt wird: Im Schnitt brauchen Kunden 87 Tage, bis sie eine fällige Forderung überweisen – das ist Spitze in Europa. In Deutschland beispielsweise erreichen Zahlungen nach 42 Tagen ihren Empfänger – immer noch ein Wert, der die Liquidität kleiner Unternehmen stark strapaziert.

Die Zahl der Beschäftigten, denen ein Jobverlust droht, weil der Arbeitgeber Insolvenz anmelden musste, ging europaweit leicht von 1,7 Millionen Arbeitnehmern im Jahr 2003 auf 1,6 Millionen zurück.

Das Minus an betroffenen Arbeitnehmern bei gleichzeitigem Zuwachs der Unternehmensinsolvenzen liegt vor allem in der Größe der Unternehmen begründet, die Konkurs anmelden mussten. Die Zahlen belegen einmal mehr die These, dass Insolvenzen ein Problem des Mittelstandes sind.

Traditionell stellen die Dienstleistungsbetriebe den größten Anteil am Insolvenzgeschehen in Europa. Binnen Jahresfrist nahmen die Insolvenzen in diesem Hauptwirtschaftsbereich auch noch einmal zu und machen nun fast die Hälfte (44,7 Prozent; 2003: 42,9 Prozent) des gesamten Insolvenzaufkommens aus. Dagegen kommt nur jede zehnte Insolvenz (10,2 Prozent; Vorjahr: 11,2 Prozent) aus dem Verarbeitenden Gewerbe. Erfreulicherweise verzeichnet auch die Baubranche einen Rückgang der Unternehmensinsolvenzen: Kam 2003 noch jede fünfte Insolvenz (20,6 Prozent) aus der Baubranche, sind es aktuell nur noch 18,6 Prozent. Der Anteil des Handels vergrößerte sich im Jahresverlauf leicht um 1,2 Prozentpunkte auf 26,5 Prozent.

Lehrend lernen

Creditreform steht für finanzielle Sicherheit. Diese Sicherheit vermitteln aber nicht nur die Wirtschaftsinformationen, Inkassodienstleistungen und der Service der Creditreform AG. Creditreform verfolgt einen umfassenderen Ansatz der Sicherheit im Unternehmensalltag. Zu diesem Zweck wurde die Creditreform Akademie ins Leben gerufen und so die Weiterbildung für Mitglieder institutionalisiert. In praxisorientierten Eintagesseminaren wird Unternehmern eine direkte Hilfestellung angeboten, die sie in die Lage versetzt, die finanzielle Leistungsfähigkeit von Kunden und Vertragspartnern zu beurteilen und sich entsprechend darauf einzurichten.

Die eigene Liquidität sicherstellen

Das Seminar „Insolvenzrisiken bei Kunden frühzeitig erkennen und vermeiden“ lehrt, die Frühwarnsignale einer sich ankündigenden Verschlechterung der Liquidität von Kunden zu erkennen und das eigene Kreditmanagement an sich verändernde Gegebenheiten anzupassen. Die Seminarteilnehmer erhalten einen Überblick über verschiedene Mittel zur Einschätzung von Kreditrisiken und können diese im eigenen Kreditmanagement individuell einsetzen. „Jahresabschlüsse analysieren und treffend auswerten“ hat sich zum Ziel gesetzt, die Risiken bei der Vergabe von Lieferantenkrediten zu minimieren. Anhand der Jahresabschlussanalyse lernen die Teilnehmer die Zahlungsfähigkeit und damit auch das Insolvenzrisiko von Kunden richtig einzuschätzen. „Debitoren-

management in mittelständischen Unternehmen“ zeigt, wie sich durch Implementierung von Abläufen und Systemen sowie der Etablierung eines aussagefähigen Berichtswesens ein effizientes Debitorenmanagement auch und gerade für mittelständische Unternehmen installieren lässt. Die Aufbaustufe „Cash- und Liquiditätsmanagement im Mittelstand“ vermittelt die optimale Disposition der Liquidität im Unternehmen, stellt Maßnahmen zur Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit dar und beschreibt die notwendigen Inhalte für den Finanzstatus.

„Schuldner im Ausland“ macht deutlich, wie Verträge mit Auslandsbezug „wasserdicht“ gestaltet werden, wie Allgemeine Geschäftsbedingungen auch im Ausland in den Vertrag einbezogen werden und wie wirkungsvolle Mahnschreiben abgefasst sein sollten. Daneben wird auch die gerichtliche Durchsetzung von Ansprüchen – insbesondere im europäischen Ausland – besprochen. Gegenstand des Seminars „Die Insolvenz des Kunden“ ist die praxisorientierte Darstellung der Rechte und Möglichkeiten in einem Insolvenzverfahren eines Kunden.

Nur informierte Mitarbeiter sind gute Mitarbeiter

Was den Creditreform-Mitgliedern angeboten wird, sollte den eigenen Mitarbeitern nicht verwehrt werden. Die interne Weiter- und Ausbildung wird deshalb groß geschrieben. Die Creditreform Akademie für Mitarbeiter beschränkt sich nicht nur

auf Produktschulungen und Verkaufsseminare. Ebenso werden Kommunikations- und Persönlichkeitsentwicklung geschult, Führungs- und Managementveranstaltungen angeboten.

Investitionen in die Zukunft

Bereits zum vierten Mal durchgeführt wird das hauseigene Führungskräftebildungsprogramm – die Management Akademie. Innerhalb eines halben Jahres werden angehende Geschäftsführer und Führungskräfte der Organisation fit gemacht für den Unternehmensalltag in der Creditreform-Gruppe. Gelehrt werden Marketing- und Vertriebsmanagement, Recht und Führung, Projektmanagement sowie Finanzen, Steuern und Controlling.

Allen Creditreform Schulungen gemein ist die Praxistauglichkeit der vermittelten Lehrinhalte. Bei der Auswahl der Trainer steht neben deren fachlicher Eignung vor allem die direkte Umsetzbarkeit der von ihnen vermittelten Inhalte im Vordergrund. So wird garantiert, dass die theoretische Wissensvermittlung zu direkt messbaren Erfolgen im Unternehmen führt.



Gesamtvorstand:

Thomas Glatzel, Bochum (Präsident)

Michael Aumüller, Nürnberg (Vizepräsident)

Dipl.-Volksw. Michael Knödler, Worms (Vizepräsident)

Ass. jur. Nikolaus von der Decken, Hamburg

Dipl.-Kfm. Ernst Riegel, Hagen

Dipl.-Kfm. Stefan Langenfeld, Bad Kreuznach

Dr. jur. Detlef Frommann, Düsseldorf

Prof. Dr. Helmut Rödl, Koblenz

Geschäftsführung Verband der Vereine Creditreform e.V.:

Dipl.-Kfm. Udo Pyszny

RA Volker Ulbricht

Verband der Vereine Creditreform e.V.

Hellersbergstr. 12 · 41460 Neuss

Telefon (02131) 109 – 0 · Telefax (02131) 109 – 8000

E-Mail creditreform@creditreform.de · www.creditreform.de

