

Anne Rosche

Was tun, wenn der Kunde nicht zahlt?

**Forderungen durchsetzen –
mit einem konsequenten Mahnwesen**

interna

Ihr persönlicher Experte

Inhalt

Vorwort	5
1. Vorsorge ist der beste Schutz	7
1.1 Bonität prüfen	7
1.2 Formalien einhalten	12
2. Zahlung einfordern	15
2.1 Rechnungen stellen	15
2.2 In Verzug setzen	22
3. Mahnverfahren einleiten	35
3.1 Mahnbescheid beantragen	35
3.2 Urteil erwirken	41
4. Grenzüberschreitend fordern	47
4.1 Gegen Ausfälle absichern	47
4.2 Weltweit Ansprüche durchsetzen	51
5. Mahnwesen auslagern	55
5.1 Unternehmen beauftragen	55
5.2 Factoring nutzen	58
6. So steht es im Gesetz	63
Checklisten	75
Adressen	80

1. Vorsorge ist der beste Schutz

Ein gutes Forderungsmanagement beginnt nicht erst dann, wenn die erste Mahnung zu schreiben ist. Denn Zahlungen einfordern kostet Zeit und Geld. Zudem lohnt es sich nur dann, wenn der Kunde überhaupt noch in der Lage ist, den Betrag aufzubringen. Viel effektiver ist es deshalb, früher anzusetzen und nicht zahlungsfähige Kunden abzulehnen. Auf diese Weise lässt sich bereits ein Großteil der Forderungsausfälle vermeiden. Ein zweiter Grundsatz, den Unternehmer immer im Hinterkopf behalten sollten: Achten Sie bei jedem Geschäftsverhältnis von Anfang an darauf, dass Sie alle erbrachten Leistungen genauestens dokumentieren und die Formalien einhalten. Sonst haben Sie auch bei einem Ihrer Meinung nach berechtigten Anspruch im Fall des Falles schlechte Chancen, an Ihr Geld zu kommen.

1.1 Bonität prüfen

Um sich über die finanzielle Situation eines Kunden zu informieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Je größer der Auftrag, desto wichtiger ist es, alle zur Verfügung stehenden Informationsquellen zu nutzen – nur dann ist das Ergebnis aussagekräftig. In jedem Fall sollten Sie die Mittel ausschöpfen, die Ihnen ohne großen Aufwand zur Verfügung stehen. Folgende Schritte empfehlen sich:

Zahlungsverhalten kontrollieren

Besteht bereits eine längere Geschäftsbeziehung, kann der Blick in die eigenen Rechnungsbücher wertvolle Hinweise über das Zahlungsverhalten eines Kunden geben. Haben Sie einen Auftraggeber schon wiederholt gemahnt und zahlt er immer wieder verspätet oder nur teilweise, ist Vorsicht geboten.

Außendienst befragen

Hat Ihr Unternehmen einen Außendienst, lohnt es sich, Ihre Mitarbeiter für Auffälligkeiten bei den Zulieferern zu sensibilisieren. Dazu

Was tun ...

gehören etwa hohe Lagerbestände, nicht ausgelastete Kapazitäten, ein kleiner werdendes Angebot oder ein schlechter Zustand der Maschinen. Und halten Sie die Ohren offen: Ein schlechtes Image spricht sich in den meisten Branchen schnell herum.

Jahresabschluss einsehen

Handelt es sich bei Ihrem Kunden um eine Kapitalgesellschaft, können Sie sich anhand der Abschlüsse der vergangenen Jahre über die wirtschaftliche Situation des Unternehmens informieren. Denn jede Kapitalgesellschaft ist verpflichtet, im Jahresabschluss ihre finanzielle Situation offen zu legen. Allerdings benötigen Sie betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, um die Zahlen zu analysieren.

Hausbank befragen

Bei Ihrer Hausbank können Sie sich allgemein über die Kreditwürdigkeit und die Zahlungsfähigkeit Ihres Kunden informieren. Dafür müssen Sie ein berechtigtes Interesse an der gewünschten Auskunft darlegen. Weitere Voraussetzungen: Es muss sich um eine juristische Person oder um im Handelsregister eingetragene Kaufleute handeln; Auskünfte über Privatpersonen sind nicht zulässig. Zudem hat Ihr Kunde das Recht, seiner Bank die Weitergabe solcher Informationen zu verbieten – möglicherweise ein Anzeichen dafür, dass es um seine Zahlungsfähigkeit schlecht bestellt ist.

Schuldner- und Handelsregister einsehen

Jedes Amtsgericht führt ein so genanntes Schuldnerregister. Darin sind Personen eingetragen, die vor dem Gesetz als zahlungsunfähig gelten. Um die Zahlungsfähigkeit eines Kunden zu prüfen, sollten Sie anfragen, ob die betreffende Person im Schuldnerregister eingetragen ist. Bei gewerbetreibenden Kunden können Sie beim Amtsgericht außerdem einen unbeglaubigten Handelsregisterauszug anfordern. Darin sind die Höhe des Stammkapitals und das Gründungsdatum der Gesellschaft verzeichnet. Gibt es das Unternehmen noch nicht lange und hat es nur wenig Kapital, ist dies ein Warnsignal.

Schufa-Auskunft einholen

In der Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung (Schufa) haben sich rund 5.000 Vertragspartner zusammengeschlossen, darunter Banken, Versicherungen und Versandhandelsunternehmen. Sie verpflichten sich, alle ihnen bekannten Informationen über Kreditverpflichtungen und erlassene Mahn- und Vollstreckungsbescheide an die Schufa weiterzuleiten. Da die Schufa auch Einträge der Amtsgerichte und Insolvenzen aus öffentlichen Verzeichnissen registriert, ist das Verzeichnis sehr umfassend. Allerdings können nur Vertragspartner Auskünfte einholen. Sie können jedoch Ihren Kunden bitten, eine Schufa-Selbstauskunft anzufordern und Ihnen vorzulegen.

Wirtschaftsauskunfteien beauftragen

Wirtschaftsauskunfteien sind private Unternehmen, die über Eigenkapitalausstattung, Auftragslage und Bilanzen eines Unternehmers informieren. Bei vielen Unternehmen setzt dies eine Mitgliedschaft voraus, einige verlangen für jede Auskunft ein gesondertes Honorar.

Mit den vorgestellten Mitteln können Sie das Risiko von Forderungsausfällen reduzieren. Wenn Sie mehrfach keine oder negative Auskünfte erhalten, sollten Sie vorsichtig sein. Zudem empfiehlt sich, auch Ihre bestehenden Kunden im Hinblick auf Ihre Zahlungsfähigkeit zu prüfen. Schließlich hängt die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens davon ab, dass Sie für die Leistungen, die Sie erbringen, auch honoriert werden.

Teilzahlungen vereinbaren

In manchen Branchen ist es durchaus üblich, besonders an Neukunden nur gegen Vorkasse zu liefern. Zumindest können Sie jedoch eine An- oder Teilzahlung verlangen – vor allem dann, wenn Sie mit großen Summen in Vorleistung treten müssen oder es sich um einen sehr langfristigen Auftrag handelt. Häufig wird dann eine Drittel-Regelung vereinbart: Ein Teil des Geldes wird bei Auftragserteilung gezahlt, der zweite bei Ablieferung der ersten Arbeitsleistungen und der dritte bei der Schlussabnahme. Wenn Ihr Kunde langfristig mit Ihnen zusam-

Was tun ...

menarbeiten will, wird er einer solchen Vereinbarung sicherlich zustimmen.

Gegen Forderungsausfall versichern

Wenn es um sehr große Summen geht und sie ganz auf Nummer sicher gehen wollen, können Sie eine Kreditversicherung abschließen. Diese übernimmt die Ausfälle, die entstehen, wenn ein Kunde nicht zahlen kann. Allerdings sind diese Versicherungen nicht ganz billig – prüfen Sie daher zunächst, ob sich eine solche Absicherung für Sie rechnet.

Bestehenden Kundenstamm prüfen

Wichtig ist, dass Sie sich nicht nur gegenüber neuen Kunden absichern. Der erste Schritt zu einem konsequenten Forderungsmanagement ist, Ihre bestehenden Geschäftsbeziehungen kritisch zu überdenken. Haben Sie viele Kunden, die nicht, nur teilweise oder verspätet zahlen? Dann besteht großer Handlungsbedarf. Schließlich spricht sich sonst in der Branche herum, dass Sie bei offenen Rechnungen gerne mal ein Auge zudrücken. Vielleicht steigt dadurch sogar die Nachfrage nach Ihren Produkten oder Ihren Dienstleistungen. Dann sind Sie zwar gut ausgelastet, aber der wirtschaftliche Erfolg bleibt aus. Und wer arbeitet schon gerne umsonst?

Setzen Sie sich das Ziel, möglichst viele finanzkräftige und zahlungswillige Kunden zu gewinnen. Das bedeutet umgekehrt, dass Sie nicht zahlende Kunden nicht mehr beliefern sollten. Natürlich lassen sich nicht alle Geschäftsbeziehungen so eindeutig kategorisieren. Stellen Sie sich beispielsweise vor, Sie haben einen langjährigen Kunden, der seine Rechnungen immer pünktlich bezahlt hat. Dieser kommt vorübergehend in finanzielle Schwierigkeiten und bittet Sie um Zahlungsaufschub. Da er Ihnen bislang keinen Grund zum Misstrauen gegeben hat, werden Sie seiner Bitte sicherlich stattgeben. Und das ist auch richtig so. Schließlich wollen Sie ihn auch weiterhin als Kunden behalten. Sie sollten allerdings in einem solchen Fall genau darauf achten, wie sich sein Zahlungsverhalten entwickelt – und gegebenenfalls nicht vor Konsequenzen zurückschrecken.

Wer ist ein guter Kunde?

Ein guter Kunde ist also nicht der Kunde, der große Mengen Ihrer Produkte bestellt oder immer wieder Ihre Dienstleistungen in Anspruch nimmt. Ein guter Kunde ist zunächst einmal ein zahlender Kunde – ganz gleich, in welchem Umfang er bei Ihnen einkauft. Beginnen Sie damit, Ihre Kunden entsprechend zu kategorisieren. Die folgende Tabelle hilft Ihnen dabei. Überlegen Sie einfach, welche der beschriebenen Merkmale am ehesten auf Ihre Abnehmer zutreffen. Sicherlich wird Sie das ein wenig Zeit und Mühe kosten. Doch Sie werden sehen: Der Aufwand lohnt sich.

<i>Kategori- sierung</i>	<i>Merkmale</i>	<i>Tipps zum richtigen Umgang</i>	<i>Quintessenz</i>
A-Kunde	<ul style="list-style-type: none">• Die Bonitätsprüfung hat keine Auffälligkeiten ergeben.• Der Kunde hat Ihre Rechnung in der Vergangenheit immer pünktlich bezahlt oder zumindest umgehend auf Ihre Mahnungen reagiert.	Auch wenn es sich nicht um einen Großabnehmer handelt: Behandeln Sie diesen Kunden so zuvorkommend wie möglich.	Je mehr A-Kunden Sie haben, desto besser!
B-Kunde	<ul style="list-style-type: none">• Die Bonitätsprüfung hat keine direkten Auffälligkeiten ergeben. Ihr Kunde hat jedoch in der Branche einen schlechten Ruf, oder sein Verhalten gibt Ihnen Anlass zum Misstrauen.• Der Kunde hat bereits häufiger versucht, Zahlungen hinauszuzögern.	Reagieren Sie bei diesem Kunden umgehend, wenn eine Zahlung nicht pünktlich eingeht. Verschieben Sie unbedingt eine schriftliche Mahnung und suchen Sie außerdem das persönliche Gespräch. Machen Sie darin freundlich aber unmissverständlich klar, dass Sie sein Zahlungsverhalten beobachten.	Versuchen Sie, mit einem konsequenten und straffen Forderungsmanagement aus Ihren B-Kunden A-Kunden zu machen!