

Newsletter März 2010



Inhalt:

Neues von adebio Seite 2

Inkassopraxis Seite 3
ScoreCards – Bonitätsprüfung im Eigenbau

Kunden für Kunden Seite 4
QuickAudio

Dies & Das Seite 5
Termine, Urteile & mehr

Impressum / Herausgeber:

adebio Forderungsmanagement
Michael Brand

Eichelnkämpe 20
28277 Bremen

Telefon (04 21) 175 19 160
Telefax (04 21) 175 19 166
Homepage <http://www.adebio.de>
E-Mail info@adebio.de

Neues von adebio

**Liebe Leserinnen,
liebe Leser,**

herzlich willkommen zum mittlerweile dritten „adebio aktuell“, unserem Newsletter für das Forderungsmanagement.

Unglaublich, wie schnell doch die Zeit vergeht. Kaum ist Weihnachten vorbei, schon steht Ostern vor der Tür. Ich möchte daher die Gelegenheit nutzen, Ihnen allen ein schönes Osterfest zu wünschen!



Michael Brand
Inhaber

Doch so rasant die Zeit vergeht, so rasant verläuft auch die Entwicklung. Mittlerweile vertrauen uns Kunden aus mehr als 20 Staaten dieser Erde – natürlich aus unseren deutschsprachigen Nachbarstaaten Österreich, Liechtenstein und der Schweiz und den gesamten EU-Staaten, aber auch aus der Türkei, China oder den USA. Dementsprechend gibt es unsere Homepage mittlerweile auch in englischer Sprache.

Auch abseits des Jahresendes möchte ich mich an dieser Stelle einmal mehr bei Ihnen bedanken – für die erfolgreiche und angenehme Zusammenheit und das in uns gesetzte Vertrauen. Wir sind immer bestrebt, dieses Vertrauen mit Leben zu erfüllen, indem wir uns für Sie und Ihre Forderungen einsetzen. Und zwar so, wie wir es selbst als Inkassokunde von einem Dienstleister erwarten würden!

Sie haben Wünsche, Anregungen und Fragen? Sprechen Sie uns einfach an: FreeCall 08000-adebio (08000-233246). Wir stehe Ihnen gerne zur Verfügung!

Mit freundlichem Gruß

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michael Brand'. The signature is fluid and cursive.

Michael Brand

Inkassopraxis

ScoreCards – Bonitätsprüfung im Eigenbau

Nutzen Sie eigentlich Ihre eigenen Kundendaten für Bonitätsprüfungen? Ihr eigener Datenbestand bietet Ihnen eine Vielzahl von Informationen, die Sie nutzen sollten.

Ein paar Fragen, die Ihnen aufzeigen sollen, wie Sie Ihre eigenen Daten zur Unterstützung der normalen Bonitätsprüfung verwenden können:



- Wie sind die Bestellungen und Zahlungsausfälle zwischen den Geschlechtern verteilt? Ist es z. B. positiv, wenn ein Mann bestellt, obwohl Sie zu 95% an Frauen liefern? Oder eher negativ?
- Wie verhält es sich mit dem Alter der bestellenden Person? Zahlen junge Leute besser? Oder eher ältere Menschen? Oder haben Personen, die ihr Geburtsdatum nicht verraten, etwas zu verbergen?
- Welche Produkte oder Produktgruppen, evtl. auch Kombination aus verschiedenen Produkten, verursachen die meisten Zahlungsausfälle?
- Bei welchen Produkten oder Produktgruppen können Sie Forderungsausfälle aufgrund der Marge am ehesten verkraften?
- Aus welchen Postleitzahlengebieten kommen Ihre Kunden? Ist das Ausfallrisiko gleichermaßen verteilt?
- Welche Bestellungen sind öfter von Ausfällen betroffen? Erstbestellungen? Zweitbestellungen? Oder erst spätere Bestellungen?

- Wieviele Mahnungen hat Ihr Kunde insgesamt (also über alle Bestellungen) schon erhalten, bevor er zum Inkassofall wurde?
- Über welchen Vertriebsweg wurde der Kunde akquiriert? Hat dies Auswirkungen auf das Zahlungsverhalten?

Diese Fragen sollen ein wenig aufzeigen, welche Informationen man in die Entscheidung „Lieferung auf Rechnung: ja oder nein“ einfließen lassen kann.

Ähnlich einer Checkliste kann man für jeden Risikofaktor entsprechende „Risikopunkte“ vergeben. Je eindeutiger und aussagekräftiger das Risiko bei einzelnen Merkmalen ist, desto mehr „Risikopunkte“ können dann für dieses Merkmal vergeben werden. Und je nach Gesamtpunktzahl oder bei K.O.-Kriterien kann man im Anschluss die Zahlarten steuern.

Auch sollte man beachten, dass einzelne Kriterien zwar sehr auffällig sein können, die Kombination aus beiden Kriterien aber unauffällig ist. Insofern gibt es nicht nur die „Und-Verknüpfung“, sondern auch die „Oder-Verknüpfung“.

Die Auswertung und das Gewichten der einzelnen Merkmale erfordert natürlich etwas Arbeit. Aber es lohnt sich – kann man sich doch bei Bestellungen mit hohem Risiko die Bonitätsprüfung ersparen oder den einen oder anderen Risikofall enttarnen. Auf jeden Fall schult dies Ihr Gefühl für Ihre Produkte, Kunden und auch Vertriebswege – was wiederum auch in Ihre zukünftige Strategien einfließen kann.

Mehr Informationen zum Bau von ScoreCards im Eigenbau finden Sie auch auf unserer Homepage unter „News & Information“

Unabhängig davon sollten Sie immer prüfen, ob die Daten Ihrer Kunden vollständig und plausibel sind. Aber dazu mehr im nächsten Newsletter.

Wir unterstützen Sie gerne, sprechen Sie uns an!

Kunden für Kunden

In unserer Rubrik „Kunden für Kunden“ können adebio-Kunden sich und ihre Produkte vorstellen. Sie haben ein tolles Angebot für adebio-Kunden? Dann sprechen Sie uns an: FreeCall 08000-adebio (08000-233246).

QuickAudio Inh. Olaf Berliner

Wesseling Str. 2
06237 Leuna
Telefon (0 34 61) 82 28 55
Telefax (0 34 61) 82 28 56
kontakt@quickaudio.de
www.quickaudio.de



QuickAudio bietet seit 2007 mit dem stationären Musikladen und dem unter www.QuickAudio.de zu findenden Online-Shop Musikinstrumente von Keyboards über Synthesizer, Studio- und DJ-Equipment, Gitarren, Drums bis hin zum Zubehör wie Saiten, Ständer, Kabel oder auch Raumakustik.

Musikbegeisterte finden hier mit mehr als 16.000 Artikel das breite Sortiment der Musikhersteller zum "Musik selber machen".

Ein eigener Blog und der kostenlose 14-tägige Newsletter „QuickLetter“ runden das Serviceangebot von QuickAudio ab. „Damit jeder Leser die Infos bekommt, die ihn auch interessieren, haben wir 8 verschiedene Kategorien zur Auswahl gestellt.“ so Firmeninhaber Olaf Berliner.

Kunden-für-Kunden- Vorteil:

adebio-Kunden erhalten
5% Nachlass ab 100,- EUR
Warenwert auf alle Shopartikel
unter

www.quickaudio.de

Bitte geben Sie bei der Bestellung den Gutscheincode **adrbatt** an, der Betrag reduziert sich dann automatisch.

Dies & Das

Sind Vertragsbestandteile nicht frei aushandelbar, sind diese als AGB zu betrachten

Das Landgericht Düsseldorf hat entschieden (Urt. vom 17.02.2010, Az. 12 O 578/08), dass ein Kunde die Möglichkeiten haben muss,

den Inhalt einer Vertragsbedingung abändern zu können, damit diese nicht dem AGB-Recht unterliegen. Unabänderbare Standardklauseln sind wie AGB zu betrachten.

Wichtige Termine:

09.-11.04.2010

Oxid-Shop-Treffen in Weilburg/Lahn
<http://www.lahn-party.de>

22.04.2010

Onlineshop-Stammtisch in Hamburg
<http://www.online-shop-stammtisch.de>



**Wir wünschen
Ihnen ein schönes
Osterfest!**

Ihr adebio-Team

Zu guter Letzt

Das Amtsgericht Ehingen (Beschluss vom 24.06.2009, Az. 2 Cs 36 Js 7167/09) hat entschieden, dass der Ausspruch „Leck mich am Arsch“ keine Beleidigung ist. Vielmehr handelt es sich hierbei um eine häufig im Alltag verwendete Floskel, die den Gesprächspartner nicht herabsetzen noch in seiner Ehre verletzen soll. Dies sei lediglich in harscher Weise der Versuch gewesen, das Gespräch beenden zu wollen.

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Newsletter!