



Berlin, 23. Februar 2017

PRESSEMITTEILUNG

Mit kleinen Schubsern aus der Schuldenfalle

Über Geld spricht man bekanntlich nicht – und über Schulden sprechen die Deutschen noch weniger. Dabei bestimmen Schulden heute den Alltag in Deutschland: Die gesamten Verbindlichkeiten der privaten Haushalte beziffert die Bundesbank derzeit auf 1,662 Milliarden Euro. Laut einer Studie der GfK Finanzmarktforschung nutzt jeder dritte deutsche Haushalt auch Ratenkredite zum Bezahlen von Konsumgütern, wie etwa einem Auto oder Laptop. Jeder zehnte Deutsche kann dabei seinen Zahlungsverpflichtungen nicht mehr nachkommen, so der Schuldneratlas 2016.

Grund für das Schweigen: Das Thema Schulden ist oft mit negativen Gefühlen besetzt. So ermittelte TNS Emnid im Rahmen der KRUK-Schuldenweltenstudie 2015, dass Stress (67 Prozent), Verunsicherung (64 Prozent) und Angst (59 Prozent) die häufigsten Emotionen sind, die die Deutschen mit Schulden verbinden. Auch Ruhelosigkeit (58 Prozent) und Scham (43 Prozent) wurden genannt. „Gerade diese negativen Gefühle wie Angst und Scham führen dazu, dass Menschen mit Schulden sich verstecken und ihr Problem sich so noch verschlimmert“, erklärt Dr. Michael Schäfer, Geschäftsführer der KRUK Deutschland GmbH. Als größter Forderungsmanager Zentraleuropas hat sich die KRUK-Gruppe zum Ziel gesetzt, Emotionen und Verhalten von Schuldner besser zu verstehen, um seinen Kunden individuell optimierte Hilfestellungen zur Bewältigung ihrer Schulden anbieten zu können.

Auch bei Finanzen: Irrationales Verhalten an der Tagesordnung

Die moderne Verhaltensökonomie liefert KRUK wichtige Erklärungsansätze dazu, wie Menschen Entscheidungen treffen: Danach wenden sich Wissenschaftler wie der Psychologe und Nobelpreis-Träger Daniel Kahnemann mittlerweile vom Modell des „homo oeconomicus“ ab, nach dem jeder Mensch ausnahmslos rational denkt und stets zu seinem Nutzen handelt. Laut Kahnemanns Buch „Schnelles Denken, langsames Denken“ haben, ganz im Gegenteil, gerade Gefühle wie auch soziale Normen großen Einfluss auf menschliche Entscheidungen.

Auch Richard Thaler und Cass Sunstein, Autoren des Buches „Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstößt“, belegen, dass Menschen doch keine perfekten „Econs“, sondern oft irrational handelnde „Humans“ sind, die auch mal unter mangelnder Selbstkontrolle leiden, sich gelegentlich beeinflussen lassen oder bei komplexen Fragen ins Schwimmen geraten. Thaler und Sunstein haben untersucht, wie man den Menschen helfen kann, mit komplexen Sachverhalten umzugehen oder Versuchungen zu widerstehen und so das Gemeinwohl zu fördern. Mit Hilfe des sogenannten Nudgings – Englisch für: sanftes Schubsen – wollen sie sie dabei unterstützen, bessere Entscheidungen zu treffen, ohne dabei ihre Freiheiten einzuschränken. Wird etwa in der Kantine das Obst bequem in Griffnähe präsentiert, Kuchen und Süßigkeiten dagegen weiter entfernt, greifen die Gäste öfter zu Obst. Ein weiteres Beispiel: „Wenn man Menschen am Tag vor einer Wahl fragt, ob sie wählen gehen, kann man die Wahrscheinlichkeit, dass sie es tun, um bis zu 25 Prozent steigern“, schreiben die beiden Forscher.

Vereinfachen, Visualisieren, Belohnen: wie KRUK das Nudging zum Wohl seiner Kunden nutzt

In diesem Sinne setzt auch KRUK auf das sanfte „Anschubsen“: Denn um Menschen zu helfen, das Richtige zu tun, reicht es häufig schon, Kleinigkeiten im Prozess zu ändern. KRUK arbeitet dazu mit drei klaren Prämissen: Vereinfachen, Visualisieren, Belohnen.

„Geht es um schwierige, komplexe und selten zu treffende Entscheidungen, zu denen Finanzdinge ja häufig gehören, sind viele Verbraucher oft wie gelähmt. Aus Angst, falsche Entscheidungen zu treffen, belassen sie alles beim Alten – selbst wenn es ihren Interessen deutlich widerspricht“, erklärt Dr. Schäfer. Wer, wie KRUK, das Verbraucherverhalten verändern will, muss daher komplexe Sachverhalte so einfach wie möglich darstellen und so eine entsprechende Akzeptanz erreichen.

„Vielfach ist unser erster Schritt also, erst einmal Transparenz zu schaffen: Unsere Berater am Telefon und im Außendienst klären mit den verschuldeten Verbrauchern, wie ihre finanzielle Situation genau aussieht, welche Informationen sie zur Finanzplanung brauchen und wo sie sich diese beschaffen können“, so Schäfer. Sind die Rahmendaten klar, fällt es den meisten Betroffenen deutlich leichter, den Weg aus den Schulden zu finden. An ihre persönliche Situation individuell angepasste Ratenzahlungsvereinbarungen ermöglichen ihnen die schrittweise Rückzahlung ihrer Schulden und: „Dank fristgerecht getilgter Raten bekommen viele ihre Situation wieder gut in den Griff.“

Die Fortschritte bei der Schuldentilgung sind auf dem Online-Portal www.e-kruk.de jederzeit nachvollziehbar – jede Rate ist ein Erfolg. Und jeder Kunde erhält nach der Schuldentilgung einen Brief, in dem KRUK für die Zusammenarbeit dankt und ihn zu seinem Durchhaltevermögen beglückwünscht. Dazu Schäfer: „Uns geht es vor allem darum, Hürden abzubauen und es unseren Kunden so einfach wie möglich zu machen. Wir unterstützen sie, indem wir mit ihnen einen Haushaltsplan aufstellen oder per SMS an die nächste fällige Rate erinnern. Kleiner Anstoß, große Wirkung!“

Überdies besteht die Möglichkeit zur Teilnahme am KRUK-eigenen Loyalitätsprogramm: Ähnlich wie bei Bonus-Programmen von Airlines oder Einzelhändlern bekommen die Teilnehmer Bonuspunkte für die Rückzahlung. Und nach Zahlung ihrer letzten Rate erhalten sie eine attraktive Prämie nach Wahl, zum Beispiel eine Armbanduhr, eine Akustikgitarre oder eine Waschmaschine. Aktuell nehmen rund 45.000 KRUK-Kunden aus Polen und Rumänien an diesem Programm teil, die Ausweitung in weitere Länder ist derzeit in Arbeit.

„Das Nudging bietet uns die Möglichkeit, unseren Kundenservice weiter zu verbessern. Angebote wie der Erinnerungsservice per SMS oder das Loyalitätsprogramm motivieren unsere Kunden, die für sie richtigen Entscheidungen zu treffen und sich so aus der Schuldenfalle zu befreien“, so Schäfer. Die KRUK-Strategie zeigt Wirkung: Ein Großteil der Kunden sind sehr zufrieden mit der Arbeit von KRUK und 66 Prozent würden den Forderungsmanager sogar weiterempfehlen.

KRUK Deutschland GmbH

Seit 2015 ist die KRUK Deutschland GmbH mit Sitz in Berlin im Bereich Forderungsmanagement aktiv. Der Tätigkeitsschwerpunkt liegt im Ankauf ganzer Forderungsportfolios, daneben betreut KRUK auch ausstehende Forderungen von externen Unternehmen. Der Forderungsmanager ist Teil der internationalen KRUK-Gruppe mit Hauptsitz in Breslau. Mit einem Marktanteil von 21 Prozent in Polen und 38 Prozent in Rumänien ist KRUK Marktführer in Zentraleuropa. Bis Ende Juni 2016 hat das Unternehmen 494 Schuldenportfolios mit einem Nominalwert von rund 8 Milliarden Euro erworben und mehr als 5 Millionen Einzelfälle betreut.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: Miriam Wolschon
redRobin. Strategic Public Relations GmbH. Virchowstraße 65b. In der alten Fassfabrik. 22767
Hamburg. Deutschland. Tel.: +49 40 692123-27. E-Mail: wolschon@red-robin.de