

PRESSEMITTEILUNG

Kritik an neuer EU-Richtlinie zum Zahlungsverzug:

Bezahlung? Bitte warten...!

Kleve, 22. Oktober 2010. Gut gemeint, schlecht gemacht: Am 20. Oktober hat das Europäische Parlament den umstrittenen neuen Regelungen gegen Zahlungsverzug zugestimmt. Eigentlich lautete das Ziel der Novelle, die Liquidität kleiner und mittelgroßer Unternehmen zu verbessern – doch dieses Ziel wird verfehlt. Der Verein für Credit Management erwartet für Deutschland sogar eine Verschlechterung des Status Quo.

„Ein klassischer Fall von gut gemeint und schlecht gemacht“, so das Urteil von Jan Schneider-Maessen, dem Vorsitzenden des Vereins für Credit Management (VfCM) e.V. Er kritisiert vor allem die Festsetzung eines obligatorischen Zahlungsziels von 60 Tagen, auf das sich einige Kunden in Zukunft berufen werden, um Zahlungen hinaus zu zögern. Derzeit werden deutsche Unternehmen bei inländischen Lieferungen durchschnittlich nach 24 Tagen bezahlt. Ihr Zahlungsziel liegt im Durchschnitt bei 19 Tagen.

Auch die Festschreibung einer „Beitreibungspauschale“ in Höhe von 40 Euro und die Möglichkeit, automatisch Verzugszinsen zu fordern, wird die Liquiditätslage der meisten Unternehmen nach Einschätzung des VfCM-Vorsitzenden nicht stärken: „Letztlich wiegen die negativen Auswirkungen eines zusätzlichen Zahlungsverzuges in der Regel schwerer, als die dafür vorgesehene Kompensation. Und die Regelung macht es wesentlich wahrscheinlicher, dass Zahlungen zukünftig später als bisher erfolgen. Jeder zusätzliche Verzugs-tag geht ins Geld und erhöht zudem das Risiko eines Forderungsausfalles.“

Besondere Schwierigkeiten erwartet er für das Handwerk, da dort die 60-Tage-Frist erst nach einer Abnahmefrist von 30 Tagen beginnt. „Allein bei Ausreizung dieser Fristen müssen Lieferanten bereits neunzig Tage auf ihr Geld warten. Eine unbefriedigende Situation, zumal zusätzlich auch noch Überschreitungen von Zahlungszielen einkalkuliert werden müssen“, betont Schneider-Maessen.

Zeit zu reagieren

Der Experte rät den Unternehmen, in die Offensive zu gehen und ihr Credit Management zu forcieren. Ein klar definierter Umgang mit dem Thema Lieferantenkredit wird unverzichtbar. Auch der offene Dialog mit den Kunden gewinne an Bedeutung. „Die intelligente Definition von Zahlungszielen ist eine grundlegende Stellschraube für den Geschäftserfolg und damit eine zentrale Aufgabe innerhalb der Unternehmenspolitik. Sie kann nach innen und außen Vertrauen schaffen und den Unterschied ausmachen“, betont Schneider-Maessen. Ohnehin sei der Lieferantenkredit bei der Finanzierung

des deutschen Mittelstands weitaus wichtiger als der klassische Bankkredit.

Weitere Informationen unter www.credit-manager.de.

Definition des Begriffes „Credit Management“:

Credit Management bezeichnet den systematischen Umgang von Unternehmen mit ihren Forderungen gegenüber Kunden. Es umfasst dabei sämtliche Prozesse, die mit der Entstehung und Bearbeitung von Forderungen einhergehen. Zahlungsausfälle sollen vermieden, der Zahlungseingang verbessert werden. So liefert es einen wertvollen Beitrag zu „gesunden“ Unternehmensfinanzen. Zu den Aufgaben eines Credit Managers zählen die Überprüfung der Kreditwürdigkeit von Kunden, die Erstellung und Entwicklung von Kreditlimits, Ratings, Zahlungskonditionen und die konstante Kontrolle der Einhaltung der für diese Bereiche definierten Richtlinien - sowohl bei externen Kunden, als auch der „internen Kundschaft“, wie z.B. der Verkaufsabteilung. Darüber hinaus gehört die Beschaffung und Bewertung von Sicherheiten sowie die Beobachtung der Entwicklung von Zahlungsmodalitäten zum Aufgabenprofil. Credit Management besetzt in der Regel eine Schnittstellenfunktion zwischen Vertrieb, Controlling und Finanzabteilung.

Kurzprofil Verein für Credit Management:

Der Verein für Credit Management e.V. wurde 2002 gegründet. Ziel des Vereins ist es, das unternehmerische Credit Management in Deutschland zu professionalisieren. Zu diesem Zweck will er die Berufsbilder Credit Manager und Credit Controller in Deutschland etablieren. Er forciert mit seinen Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft die Aus- und Weiterbildung entsprechender Experten. Zu den bundesweit über 800 Mitgliedern des Vereins zählen renommierte Unternehmen wie BayWa, Knorr Bremse, Sony, Continental, TNT Express und Total Deutschland sowie die führenden Dienstleister im Kreditversicherungsgeschäft. Die Mitglieder repräsentieren einen Jahresumsatz von knapp 600 Milliarden Euro und etwa 900.000 Arbeitsplätze.

Kontakt: Verein für Credit Management, Siemensstraße 31, 47533 Kleve, Tel: 02821 – 77 57 85, www.credit-manager.de

Pressekontakt: Mediamixx GmbH, Alf Buddenberg, Tiergartenstraße 64, 47533 Kleve, Tel.: 02821 – 711 56 13, E-Mail: alf.buddenberg@mediamixx.net