

Scoring

Hohe Beliebtheit

Von Dirk Thiel

Scoring-Ansätze jeglicher Gestaltung erfreuen sich seit einigen Jahren wachsender Beliebtheit und sind ein Muss bei der optimierten Gestaltung effizienter Prozesse - insbesondere bei der Bewältigung von Mengengeschäft. Die Praxis zeigt auch im Leasing, insbesondere im Mobilien-Leasing, erfolgreiche Beispiele für die Durchführung des Scoring. Bei der gesamten Prozesskette von der Zielkunden-Identifikation bis zur Verwertung von Leasing-Gütern kommen Scorekarten zum Einsatz.

Leasing-Gesellschaften setzen gezielt Scorekarten zur Abgrenzung ihrer Märkte und zur Definition ertragreicher Kundensegmente ein. Dabei steht nicht nur die objektive Auswertung von Informationsquellen und Markttendenzen im Vordergrund, sondern auch der Wunsch nach einer individuellen Ausrichtung an den Vertriebskapazitäten sowie den Markt- und Produktbesonderheiten.

An diese Selektion schließt sich die direkte Beurteilung der Geschäftsanbahnung an. So wird entweder im Vorfeld der Akquisition oder direkt am Point-of-Sale in Minutenschnelle über die Wahrscheinlichkeit eines erfolgreichen Geschäftes entschieden. Der Faktor Zeit stellt den entscheidenden Erfolgsfaktor gegenüber der zunehmenden Konkurrenz dar.

Treten Störungen in der Vertragserfüllung ein, wird die besondere Stärke von Scoring-Ansätzen deutlich: Gut entwickelte und auf den Prozess des Unternehmens abgestimmte Scorekarten liefern sowohl die Erfolgswahrscheinlichkeiten der einzelnen Schritte des Forderungs- und Inkasso-Managements als auch adäquate Handlungsempfehlungen für die jeweils sinnvollen Mahnschritte.

Wenn Leasing-Güter aus Leasing-Verträgen „frei“ werden, stellt sich regelmäßig die Frage nach der Verwertungsmöglichkeit. Hier ist nicht nur die Frage nach der Verwertbarkeit des Gutes, sondern auch nach dem erzielbaren Verwertungserlös zu stellen. Verwertungsplattformen stellen dabei lediglich den Verwertungsweg sicher. Sie liefern allerdings keine Kalkulationsbasis für Vertragskonditionen, Risikoprämien oder die nach Basel II notwendigen Parameterschätzungen. Ein vorab bestimmter Verwertungserlös hat somit Einfluss auf die Vertragskonditionen und die Risikopolitik der Leasing-Gesellschaft.

Neben diesen prozessbegleitenden Beispielen gibt es eine Vielzahl weiterer Einsatzmöglichkeiten für Scorekarten. So werden sie mehr und mehr für die Betrugsprävention im B2B- und B2C-Geschäft eingesetzt.

Die Methode des Scoring erfreut sich einer unverändert hohen Beliebtheit. Der ungebrochene Trend zu vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten im Leasing besteht zu Recht: Scoring-Ansätze begleiten nicht nur den gesamten Prozess der Wertschöpfung eines Leasing-Unternehmens, bei richtiger Anwendung leisten sie darüber hinaus auch einen hohen Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Erschienen in "Die Welt" vom 01.09.2006