

A photograph of a glass window with the Schufa logo. The logo consists of the word 'Schufa' in a bold, black, sans-serif font, with a horizontal yellow bar underneath. The window is part of a modern building facade, and the background shows a blurred outdoor scene with trees and a sky.

Schufa

Nutzung von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich

Ergebnisse einer Unternehmensbefragung



Wir schaffen Vertrauen

The Schufa logo, featuring the word 'schufa' in a lowercase, black, sans-serif font, with a horizontal yellow bar underneath.

schufa

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer Unternehmensbefragung von November und Dezember 2016 des IFH Köln in Zusammenarbeit mit der SCHUFA Holding AG.

- **Thematische Eingrenzung:** „Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, wie z. B. Informationen über allgemeine Verhältnisse, Seriosität und Zahlungsfähigkeit von Unternehmen, die von gewerblichen Auskunftsteien gegen Entgelt zur Verfügung gestellt werden.“
- **Methode:** Telefonische Befragung (CATI)
- **Zielgruppe:** Entscheider in den folgenden Bereichen:
 - Risiko-/Kreditmanagement
 - Rechnungswesen/Finanzen/Debitorenmanagement/Treasury
 - Einkauf/Beschaffung
 - Vertrieb
- **Branchen:**
 - Großhandel
 - Logistik/Spedition
 - Versandhandel/E-Commerce
- **Fallzahl:** insgesamt 288 Teilnehmer

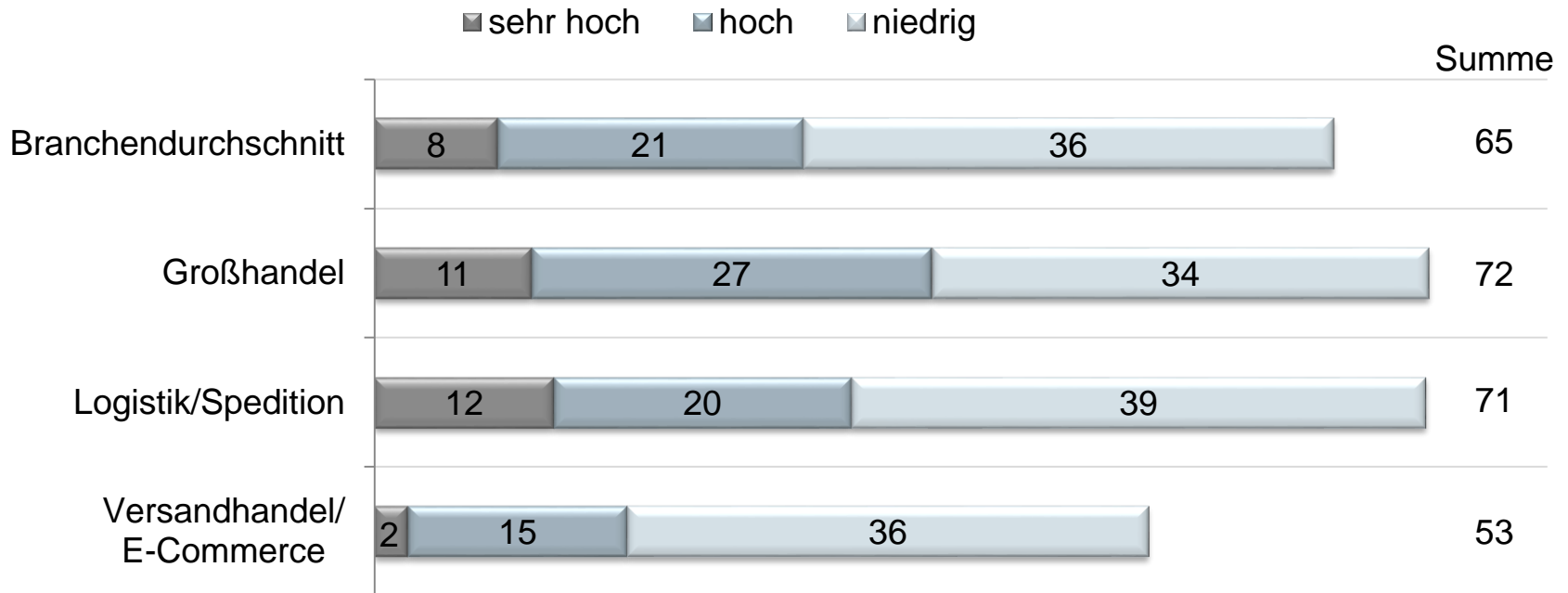
Die Kernergebnisse auf einen Blick

- Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben Bedarf an Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich. In den Branchen Großhandel und Logistik/Spedition sind es über 70 Prozent. ([Seite 4](#))
- Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich sind besonders im Prozess der Neukundenaufnahme relevant. Am zweitwichtigsten sind sie in den Bereichen Rechnungswesen, Finanzen, Debitorenmanagement, Treasury. ([Seite 5](#))
- Informationen über Zahlungserfahrungen und Bonitätsindex sind die wichtigsten Bestandteile von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich. Auf den Plätzen 3 und 4 folgen Bilanzen/Gewinn- und Verlustrechnung und Kreditlimit-Empfehlungen. ([Seite 6](#))
- Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich sind für die Geschäftsentscheidungen von zwei Dritteln der Entscheider ausschlaggebend. ([Seite 7](#))
- Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich müssen in Echtzeit verfügbar sein. Etwa zwei Drittel der Entscheider nutzen ausschließlich die verdichteten Aussagen. Weitere 58 Prozent wünschen sich eine individuelle Anpassung an ihre Informationsbedürfnisse. ([Seite 8](#))

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Relevanz von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich (in %)

Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben Bedarf an Wirtschaftsauskünften. In den Branchen Großhandel und Logistik/Spedition sind es über 70 Prozent.



FRAGE:

Als wie hoch schätzen Sie den Bedarf an Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich in Ihrem Unternehmen insgesamt ein?

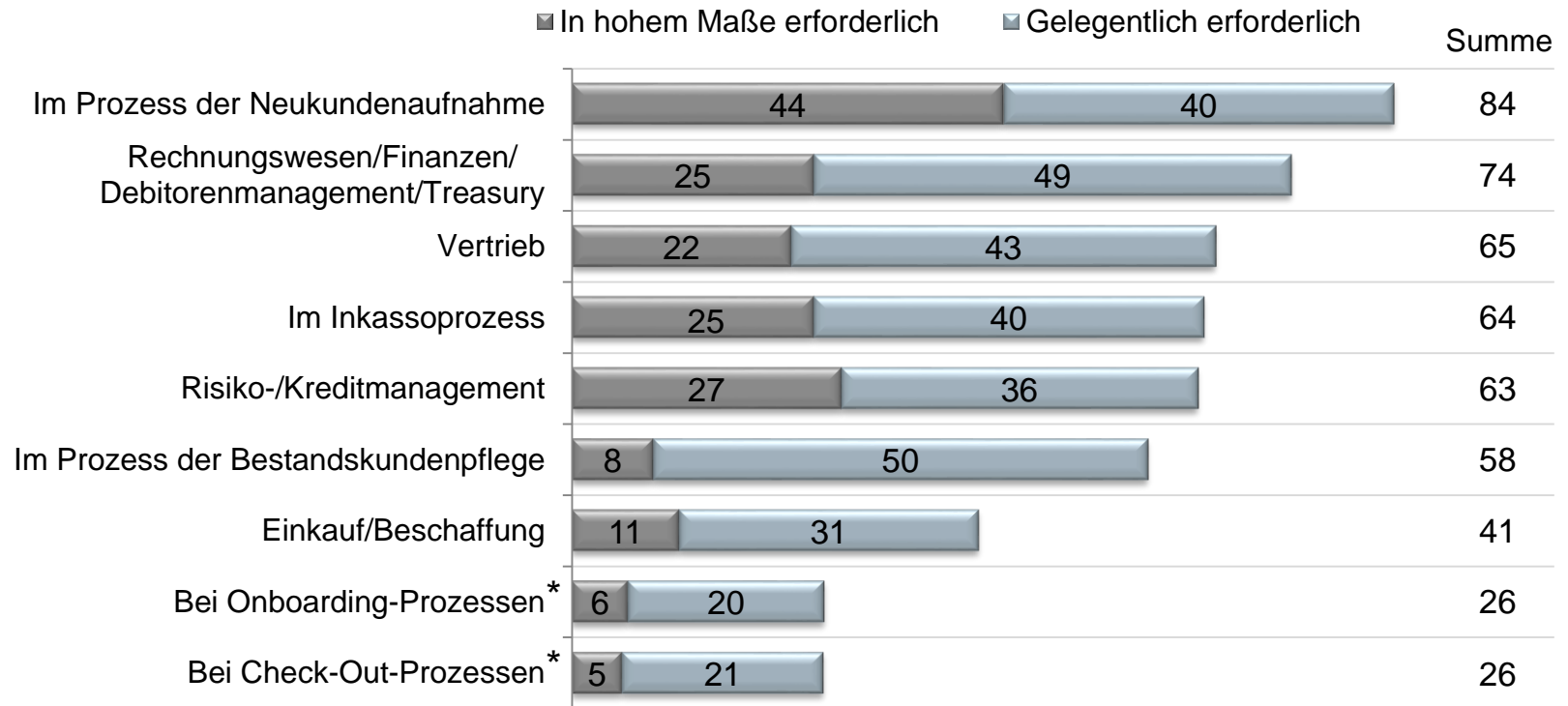
BASIS:

74 ≤ n ≤ 282

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Relevanz von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich in verschiedenen Unternehmensbereichen (in %)

Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich sind besonders im Prozess der Neukundenaufnahme relevant.



FRAGE:

Und inwieweit sind Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich in Ihrem Unternehmen in den folgenden Aufgabenbereichen erforderlich?

BASIS:

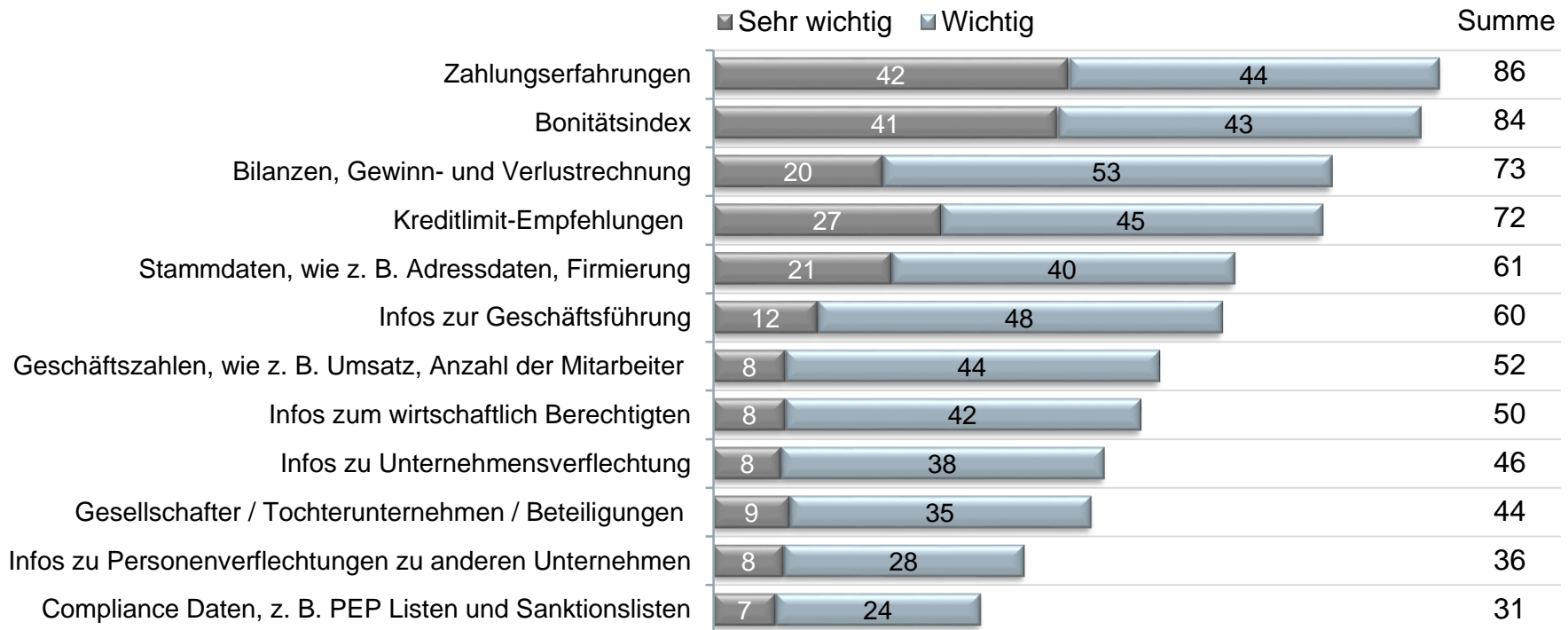
35 ≤ n ≤ 184

* Nur bei Unternehmen der Branche Versandhandel/E-Commerce abgefragt

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Wichtige Bestandteile einer Wirtschaftsauskunft im Geschäftskundenbereich (in %)

Informationen über Zahlungserfahrungen und Bonitätsindex sind die wichtigsten Bestandteile von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich.



FRAGE:

Wie wichtig sind für Sie die folgenden Bestandteile einer Wirtschaftsauskunft im Geschäftskundenbereich?

BASIS:

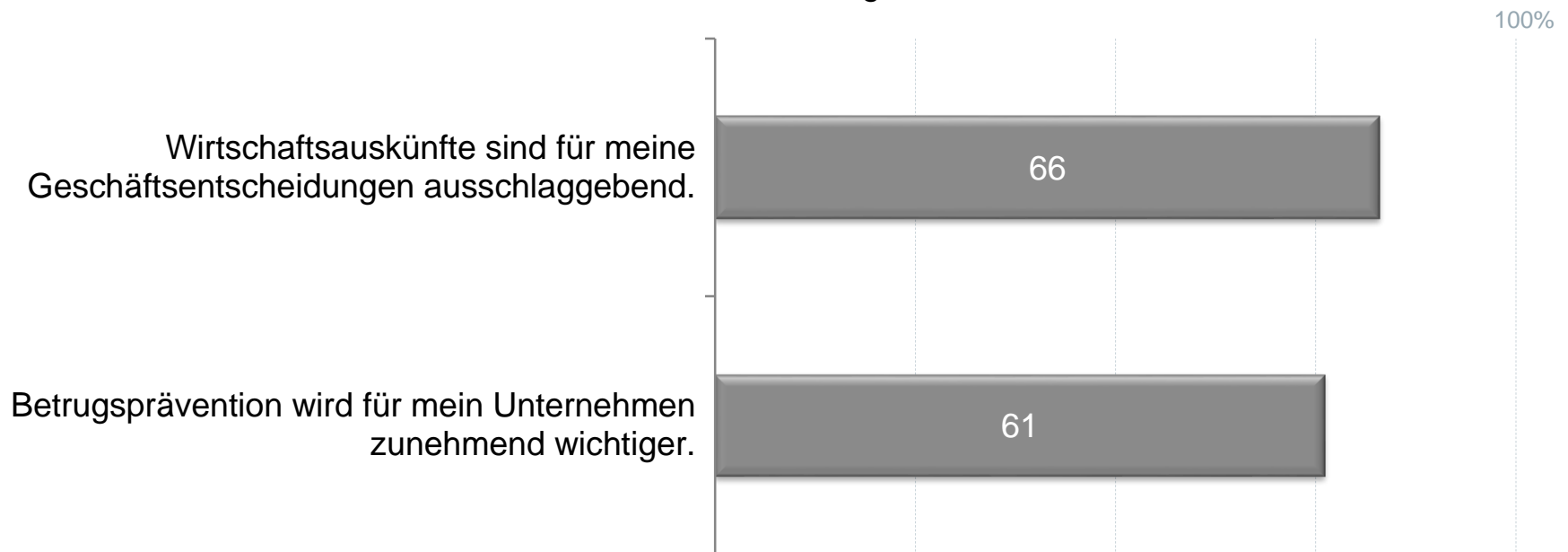
160 ≤ n ≤ 184

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Aussagen über Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich (in %)

Für zwei Drittel der Entscheider sind Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich für ihre Geschäftsentscheidungen ausschlaggebend.

■ Summe aus "stimme voll und ganz zu" und "stimme eher zu"



FRAGE:

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

BASIS:

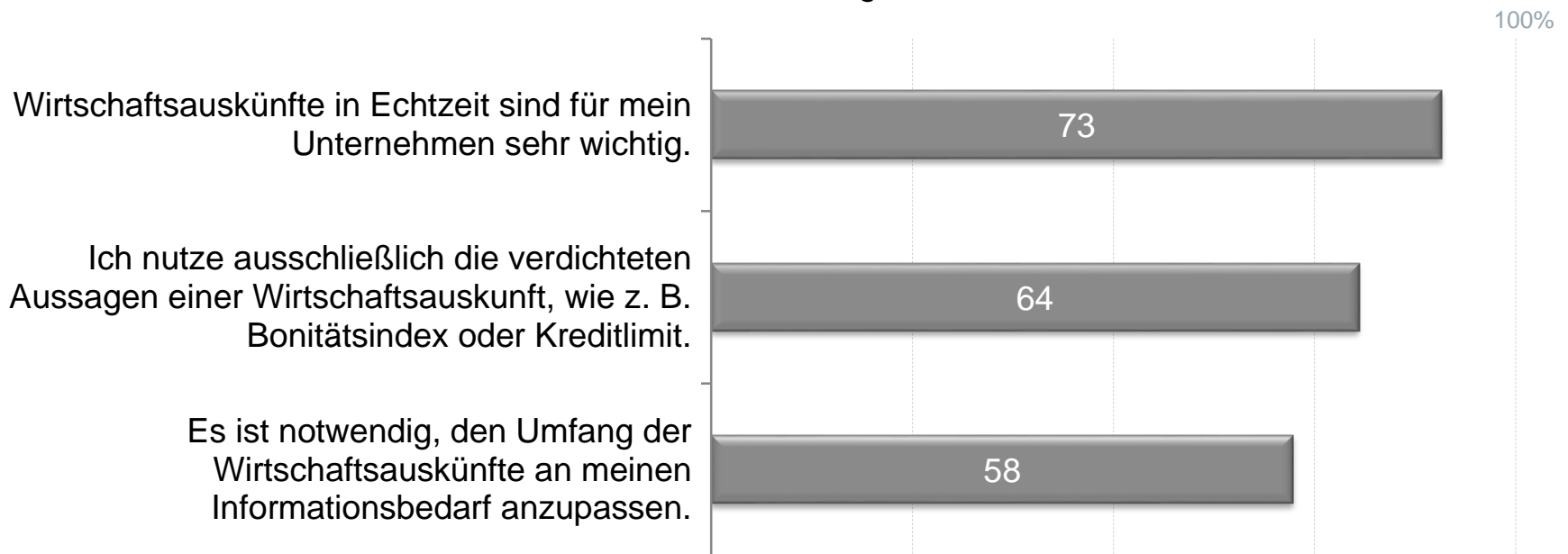
183 ≤ n ≤ 185

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Nutzung von Wirtschaftsauskünften im Geschäftskundenbereich (in %)

Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich müssen in Echtzeit verfügbar sein. Etwa zwei Drittel der Entscheider nutzen ausschließlich die verdichteten Aussagen.

■ Summe aus "stimme voll und ganz zu" und "stimme eher zu"



FRAGE:

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

BASIS:

179 ≤ n ≤ 182

Quelle: IFH Köln/SCHUFA: Wirtschaftsauskünfte im Geschäftskundenbereich, 2017.

Wir sind Markt- und Kundenversteher!

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Konzepte, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen.

Mit dem IFH Köln stationäres Geschäft stärken, vom digitalen Wandel profitieren und Kunden kanalübergreifend bedienen!

**Sie haben Fragen zu den Ergebnissen oder zum IFH Köln allgemein?
Sprechen Sie uns an!**

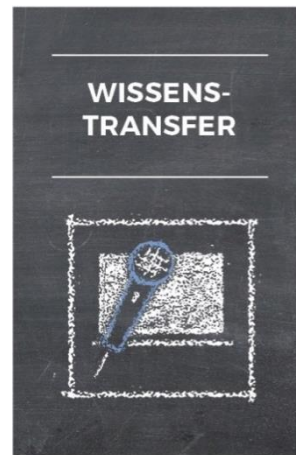
Dr. Markus Preißner

Wissenschaftlicher Leiter

Tel +49 0221 943607-41

m.preissner@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de



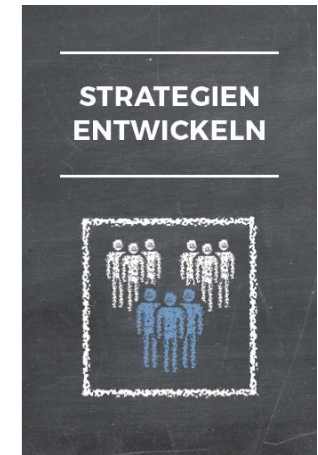
INFORMATION



RESEARCH



CONSULTING



Über die SCHUFA

Die SCHUFA Holding AG ist Deutschlands führender Informations- und Servicepartner für die kreditgebende Wirtschaft und für Privatkunden. Insgesamt sind 9.000 Firmenkunden als Vertragspartner an unsere Dienstleistungen angeschlossen. Zudem nutzen 2 Millionen Privatkunden die SCHUFA-Angebote. Privat- und Geschäftskunden wie Banken, Sparkassen und Händlern bietet das Unternehmen kreditrelevante Informationen rund um Bonität und Identität, sowie Fraud Prevention. Auf Grundlage dieser wichtigen Entscheidungshilfen werden für Privat- und Geschäftskunden schnelle, kostengünstige und unbürokratische Vertragsabschlüsse möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Privatkunden sowie eine Online-Einsicht in die eigenen, bei der SCHUFA gespeicherten Daten sind auf dem Internetportal www.meineSCHUFA.de erhältlich. Der einzigartige Datenbestand der SCHUFA umfasst 813 Millionen Informationen zu 67,2 Millionen Privatpersonen und 5,3 Millionen Unternehmen.

Die SCHUFA-B2B-Expertise

Die SCHUFA Holding AG verfügt über ein umfangreiches digitales Netzwerk zur Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -bereitstellung. So stellt die SCHUFA objektive digitale Wirtschaftsauskünfte in Echtzeit bereit, während Wirtschaftsauskünfte besonders im B2B-Umfeld meist noch aufwändig recherchiert werden und sich dabei auf subjektive Angaben der Unternehmen stützen. Wirtschaftsauskünfte der SCHUFA ermöglichen besonders schnelle und zugleich sichere Entscheidungen über Geschäftsabschlüsse. Die Unternehmensdatenbank enthält aktuell Informationen zu 5,3 Mio. Unternehmen und umfasst dabei sowohl im Handelsregister eingetragene Unternehmen als auch Non-HR-Unternehmen wie Selbstständige und Freiberufler. Neben den Informationen aus der Unternehmensdatenbank verfügt die SCHUFA über bonitätsrelevante Informationen zu 67,2 Millionen Privatpersonen, die rund 9.000 Vertragspartner nach dem Gegenseitigkeitsprinzip tagesaktuell einmelden.

Die Kombination von Informationen aus der Unternehmensdatenbank und Informationen aus der SCHUFA-Personendatenbank ermöglicht im B2B-Geschäft eine besonders aussagekräftige Entscheidungsgrundlage für effektives Risikomanagement. Denn je kleiner ein Unternehmen ist, desto wichtiger sind die Inhaber und Führungskräfte, die über seine Geschicke entscheiden. 90 Prozent der deutschen Unternehmen haben weniger als 20 Mitarbeiter. Gerade hier muss eine aussagekräftige Bonitätsbeurteilung des Unternehmens die Menschen einbeziehen, die hinter dem Unternehmen stehen. Daher fließt bei der SCHUFA die Bonitätsbewertung der Unternehmensleitung in die Bonitätsbeurteilung des Unternehmens mit ein. So bekommen Vertragspartner einen Blick hinter die Kulissen des Unternehmens, mit dem sie Geschäfte machen wollen. Darüber hinaus werden Informationen zu den Gesellschaftern und Verflechtungen innerhalb mehrerer Unternehmen sichtbar.

Mehr erfahren: <https://www.schufa.de/b2b>

Pressekontakt zur SCHUFA Holding AG:

SCHUFA Holding AG

Media Relations & Kommunikation

Tel.: 0611 9278 888

E-Mail: presse@schufa.de

Internet: <https://www.schufa.de/de/ueber-uns/presse/>