

Neue Facetten der Mitgliederförderung

Intersport-Rating bewährt und akzeptiert – Chance beim Bankengespräch – Regionalleiter mit konkreten Empfehlungen – Von Hans-Dieter Geiß

„Unser Ziel ist es, die Mitglieder auf der Grundlage qualifizierter Bonitätsbeurteilungen noch besser ansprechen und betreuen zu können.“ Diesen Anspruch formulierte Hartmut Fröhlich, Vorstand der Intersport Deutschland eG, zur Einführung des gemeinsam mit dem GENO-Verband Stuttgart entwickelten Ratings zur Bonitätsbeurteilung im Jahr 2003. Wie hat sich das Verfahren bewährt und welche Erfahrungen haben Intersport und die angeschlossenen Mitglieder gesammelt? „In der Praxis hat sich gezeigt, dass das Ratingverfahren tatsächlich wie prognostiziert unmittelbaren Nutzen für die Zentrale und die angeschlossenen Mitglieder stiftet“, so Fröhlich.

Bei dem Verfahren handelt es sich um ein internes Ratingverfahren, das die Mitglieder der Genossenschaft insgesamt acht Bonitätsklassen zuordnet. Kernstück ist dabei ein mathematisch-statistisches Modell, das mit nur vier Kennzahlen auskommt und diese so miteinander verbindet, dass eine möglichst hohe Trennschärfe bei der Ermittlung guter und schlechter Bonitäten erreicht wird. Die Skala reicht von der Bestnote A+ bis zur Bonitätseinstufung D, die akuten Handlungsbedarf anzeigt.

„In Württemberg wissen die Banken, dass es das Intersport-Rating gibt. Bei Jahresgesprächen ist es etabliert und unter Volksbanken Raiffeisenbanken ebenso anerkannt wie bei Steuerberatern“, betont Reinhard Wolf, Leiter Finanz- und Rechnungswesen der Intersport Deutschland eG. 850 Intersport-Mitglieder sind nach seinen Angaben geratet.

Wer sehr gute und gute Noten habe, profitiere im Bankengespräch ohnehin. Und auch bei den mittleren Bonitäten von B+ und B überwiegen offenkundig die Vorteile, so Wolf weiter.

Auch Jürgen Renken, geschäftsführender Gesellschafter der Sport Räßle GmbH, Kirchheim/Teck, beurteilt das Rating positiv: „Das Zahlenmaterial der Intersport ist klar und übersichtlich, der Aufbau ist



Sind überzeugt vom Nutzen des Ratings: Intersport-Mitarbeiter Alexander S. Reuter (Debitorenmanagement, links) und Reinhard Wolf, Leiter Finanz- und Rechnungswesen der Intersport Deutschland eG. Foto Geiß

sehr gut. Das haben Gespräche in den Erfa-Gruppen bestätigt und das zeigen die Gespräche mit den Banken, die ebenfalls positiv sind.“

Bei den Banken hat Sport Räßle zum Ende des Geschäftsjahrs nicht nur den Bericht und die Bilanz eingereicht, sondern erstmals auch „unser insgesamt ordentliches Intersport-Rating“ beigelegt. „Die klare Struktur und die hohe Verdichtung des Datenmaterials haben überzeugt und wurden positiv beurteilt“, sagt Renken.



Das Intersport-Rating hat sich bewährt und wird akzeptiert. Foto Intersport

Selbst ein verbesserungsfähiges Rating sei positiv zu werten, weil man sich dem Verfahren unterzogen habe. „Unsere Bilanz 2003 ist noch nicht geratet, das Rating wird diesmal aber wohl nicht ganz so gut ausfallen wie im Vorjahr“, so Renken. „Aber das können wir erklären – es sind bei uns die hohen Abschreibungen.“ Hintergrund ist die Geschäftsausweitung in den Filialen, die mit erheblichen Investitionen verbunden war.

Den Banken sei es wichtig, dass sich der Kunde nachweislich die Zahlen bewusst mache und die Gründe kenne, die zum Rating führten. So habe der Sporthändler mit seinem Rating ein wertvolles Instrument für das Gespräch mit dem Kundenberater seiner Bank an der Hand.

„Offene Kommunikationspolitik fördert Vertrauen

Ziel war und ist es, unsere Sportartikelhändler noch sensibler im Umgang mit ihren Zahlen zu machen – und das ist bisher gut gelungen“, heißt es bei Intersport.

Die offene Kommunikationspolitik fördere die Vertrauensbasis zwischen den Mitgliedern und ihren Hausbanken. „Wenn Basel II bei den Banken eingeführt wird, haben wir bereits selbst Ähnliches auf die Beine gestellt – diese Denkweise kommt an“, so Wolf.

Die Resonanz der Mitglieder ist positiv, wie die Rückmeldung zeigt: „Bis Ende September sind mindestens 20 % mehr Bilanzen bei uns eingegangen als 2003“, so Wolf.

Die Mitglieder begleiten

Für die neuen Bilanzen erfolgt wieder ein Rating. Profitieren werden mittelbar auch die Sporthändler, die beim Rating nicht erstklassig abgeschnitten haben. „Genau hier greift unser Mitgliederbetreuungskonzept“, so Intersport.

„Durch das Rating erfolgt eine klare Klassifizierung. Steht ein Händler bei B-, ist das für uns ein Signal, das Mitglied zu unterstützen“, sagt Alexander S. Reuter, der für das Debitorenmanagement bei Intersport zuständig ist.

„In der Vergangenheit hatten wir nur Anhaltspunkte in der Bilanz, dass es Probleme gab. Auf der Grundlage qualifizierter Bonitätsbeurteilungen wissen wir es ganz genau und können es auch objektivieren“, so Reuter. Das erleichtere die Gespräche. Aus den Rückmeldungen der Mitglieder bei Intersport hat er den Eindruck gewonnen, „dass das Verfahren auch hier vollständig akzeptiert ist“.

Regionalleiter sprechen Mitglieder an

Gemäß dem Förderauftrag wird der Betreuungsprozess der Mitglieder weiter optimiert. Die Regionalleiter vor Ort werden informiert und können dann die Intersport-Mitglieder, die Unterstützung benötigen, gezielt ansprechen“, so Reuter.

Wie sieht die Betreuung konkret aus? Die zuständigen Regionalleiter führen mit den Mitgliedern ein Gespräch, bei dem es darum geht, Symptome zu erörtern und zu analysieren, Verbesserungsmöglichkeiten anzustoßen und Impulse zu geben.

Angestrebt wird z. B. eine nachhaltige Verbesserung der Ertragslage, die sich positiv auf die Eigenkapitalposition auswirkt. „Das ist ein Prozess und geht nicht von heute auf morgen“, so Wolf.

Erörtert werden auch die Möglichkeiten, Gesellschafterdarlehen in Eigenkapital umzuwandeln, neues Kapital in die Gesellschaft einzubringen oder sogar einen Rechtsformwechsel zu prüfen.

Weitere Themen sind die Verbesserung der Kalkulation, ein verbessertes Kosten- und Forderungsmanagement oder eine veränderte Sortimentspolitik.

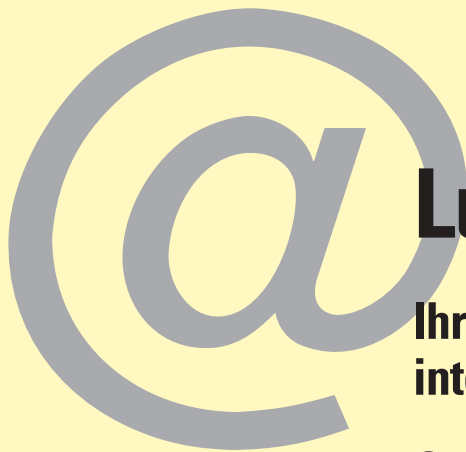
Unterstützung von der Einkaufsplanung bis zur Sortimentsgestaltung

„Vor den letzten Ordermessen hat Intersport seine Mitglieder mit der Ratingnote B- und schlechter angeschrieben mit der Bitte, mit den zuständigen Regionalleitern die Einkaufsplanung zu besprechen, um bereits den Einkauf zu optimieren,“ betont Reuter.

Auch die Möglichkeiten einer veränderten Sortimentspolitik werden intensiv diskutiert. Wird ein höherer Warenumschlag oder ein niedrigerer Warenbestand erreicht, wirkt sich dies positiv aus. Gestützt auf ein Datawarehouse-System können konkrete Aussagen auch im Hinblick auf die Sortimentsgestaltung etwa bei Farben und Größen gemacht werden, nicht nur bei den Intersport-Exklusivmarken etirel (Textil), McKinley (Bergausrüstung), Dynatour (Golf) und Nakamura (Fahrrad). Denn daneben hält Intersport als Zentralregulierungsinstanz Produkte von 600 Lieferanten von A wie Adidas bis Z wie Ziener (Handschuhe) für seine Händler im Angebot. Das Datawarehouse zeigt von heute auf morgen,

welcher Artikel gestern gelaufen ist und welche Farbe vorgestern „in“ war. Auf Basis dieser Daten – über 200 Mitglieder sind mit ihren Warenwirtschafts-Systemen an das zentrale Datawarehouse-Konzept ausgeschlossen – können Empfehlungen gegeben werden, die bis zur optimalen Warenpräsentation reichen, betont Reuter.

„Unser Betreuungsangebot hat viele Facetten – und mit Einführung des Ratings sind es noch mehr geworden“, stellt Wolf fest.



Lust auf Leserbrief?

Ihre Meinung zu dieser GENO-Ausgabe interessiert uns.

Greifen Sie in die Tasten und schicken Sie ein Mail an egger.u@geno-stuttgart.de

Wir freuen uns auf Kritik, Anregungen ...

