

Offene Rechnungen: So vermeiden Sie schlaflose Nächte

Gerade in der Kreativbranche wird es eng, wenn sich Auftraggeber mit ihren Überweisungen Zeit lassen oder Rechnungen im schlimmsten Fall gar nicht bezahlen. Besonders unangenehm für den Unternehmer wird es, wenn noch eine Reihe von externen Dienstleistern involviert ist, die auf ihr Geld warten. Das kann schon schlaflose Nächte bereiten. Drei goldene Regeln für einen verbesserten Geldfluss und ruhigere Nächte.

Die Corona-Pandemie hat für Veränderung gesorgt, davon ist laut aktueller KSV1870-Umfrage die heimische Zahlungsmoral nicht gänzlich verschont geblieben. Das Zahlungsverhalten von Privatpersonen hat sich während der Krise verbessert, weil zum Teil Urlaube nicht möglich waren oder weniger Restaurantbesuche stattfanden. Aber: Im B2B-Bereich bestätigen 30 Prozent der Befragten, dass sich offene Rechnungen von Geschäftspartnern zuletzt gehäuft haben.

Was tun?
Im ersten Schritt ist Ursachenforschung zu betreiben. Der enge Kontakt zum Kunden hilft dabei enorm weiter. Oft ist es sinnvoll, nachzufragen, ob die Rechnung überhaupt angekommen ist. E-Mails landen schnell einmal im Spam und die Misere nimmt ihren Lauf. Es gibt aber noch andere Gründe, warum die Bezahlung zurückgehalten wird. Handelt es sich vielleicht um eine Beanstandung, weil eine Leistung nicht wie vereinbart ausgeführt wurde, oder kamen Zusatzleistungen hinzu, die nicht extra besprochen wurden? Wurde der vereinbarte Termin nicht eingehalten oder gibt es mögliche andere Reklamationsgründe? Falls der Kunde zweifellos in finanziellen Schwierigkeiten steckt, sollten schon im Vorfeld die Alarmglocken zu läuten beginnen, wenn plötzlich Unregelmäßigkeiten auftreten. Dazu zählen etwa die nochmalige Einforderung einer Rechnung oder die Tatsache, dass der Kunde nie erreichbar ist und nicht auf E-Mails oder Anrufe reagiert. Selbst wenn die Nerven wie Drahtseile gespannt sind, gibt es verschiedene Varianten, doch noch zu seinem Geld zu kommen. Drei goldene Regeln für einen verbesserten Geldfluss und ruhigere Nächte.

1) Reklamationen oder Einwände rasch bearbeiten
Jetzt sind Diplomatie und Taktgefühl gefragt, um herauszufinden, ob tatsächlich eine Beanstandung vorliegt. Falls der Kunde recht hat, vermeiden Sie Schuldzuweisungen und suchen Sie eine Lösung, die für beide Seiten passt. Überprüfen Sie den Auftrag, etwaige Protokolle oder Feedbacks des Kunden. Beseitigen Sie mögliche Mängel und entschuldigen Sie sich. Wenn Sie recht haben, legen Sie höflich die Situation dar und weisen den Kunden darauf hin, dass Sie geliefert haben, was beauftragt wurde. Jedenfalls reagieren Sie rasch, um die Situation zu klären.

2) Die Rechnung sofort nach Leistung legen
Selbst wenn die Zeit knapp ist, machen Sie sich an die Buchhaltung und schreiben Sie die Rechnung. Möglicherweise hat sich der Auftrag im Laufe des Projekts verändert, dennoch sollten Sie die Eckdaten bei der Hand haben. Firmen, vor allem große Unternehmen oder Institutionen, haben oft längere Bearbeitungszeiten, was die Bezahlung wieder hinauszögern würde.

3) Konsequent und rasch mahnen
Für viele Kreative ist die Administration inklusive der Buchhaltung ein Stiefkind. Es tauchen 1.000 gute Gründe auf, warum alles andere wichtiger ist als das Rechnungswesen. Es hilft nichts, Geld muss rein, sonst ist die Liquidität für alle Beteiligten in Gefahr. Sinnvoll ist es, gerade für die ungeliebten Tätigkeiten fixe Zeiträume im Kalender zu blocken. Laufend abgearbeitet, verliert so mancher Stoß an Schrecken. Eine weitere Option ist es, einen externen Dienstleister für diese administrativen Arbeiten zu engagieren. Es gibt mittlerweile einige Firmen, die sich darauf spezialisiert haben, kontinuierlich Ordnung in die gesamte Büroorganisation zu bringen. Diese Dienste sind für EPU finanzierbar. Ebenso unangenehm ist das Mahnen. Es hilft nichts, die goldene Regel lautet: regelmäßig und konsequent einfordern. Am besten zweimal in kurzen Abständen, die dritte Mahnung sollte durch ein Telefonat ersetzt werden. Auch wenn der Groll zu diesem Zeitpunkt schon groß ist, bitte Fingerspitzengefühl beweisen, die Geschäftsbeziehung mit dem Kunden soll aufrechterhalten bleiben. In vielen Fällen geht schließlich alles gut aus.

Foto: istock.com/SARINYAPINNGAM