

„Das richtige Wissen über einen Kunden ist so wertvoll wie eine persönliche Empfehlung“

„The right information about a customer is as valuable as a personal recommendation“



Herr Dr. Weck, was verbirgt sich hinter dem Begriff Knowledge-Management?

Mit modernem Knowledge-Management können Unternehmen ihre Kunden dauerhaft und profitabel binden, neue Kunden gewinnen und geschäftliche Risiken minimieren. Effizientes Kundenmanagement setzt heute voraus, dass man seine Kunden sehr genau kennt. Hierzu müssen erstklassige Daten mit innovativem Know-how ermittelt, veredelt und bewertet werden, um sie im nächsten Schritt in die laufenden Geschäftsprozesse zu integrieren.

Crif Decisionline wurde im März 2000 als Joint Venture zwischen dem DID und der italienischen Crif Gruppe gegründet. Wie kam es dazu?

Crif Decisionline ist aus der Synergie der Kompetenz beider Unternehmen in ihrem jeweiligen Geschäftsfeld entstanden. Die Crif Gruppe ist in vielen europäischen Ländern sowie den USA vertreten und mit 90 Prozent Marktanteil führende Kreditauskunftei in Italien. Der DID ist als Inkasso-Unternehmen deutscher Marktführer und bietet im Rahmen der EOS-Gruppe mit 18 Partnerunter-

nehmen europaweites Forderungsmanagement aus einer Hand. Durch das Joint Venture können wir auf bestehende Infrastrukturen, die langjährigen Erfahrungen und das fundierte Know-how beider Gesellschafter zurückgreifen.

Grenzen Sie sich so von Ihren Konkurrenten ab?

Unser USP liegt vor allem darin, dass wir als Full-Service-Provider auftreten. Wir sind nicht nur ein reiner Dienstleister für den Bereich Scoring, sondern können gleichzeitig auch die entsprechenden Systemlösungen bereitstellen. Unser Informationskonzept deckt den gesamten

Kundenlebenszyklus ab – von der Neukunden-Akquisition bis hin zum Inkasso. Der Know-how-Transfer durch den DID und die Crif Gruppe ist für unser Geschäft sicherlich ein großer Vorteil. Zudem ist das Joint Venture so angelegt, dass wir bestimmte Ressourcen unserer Gesellschafter in Anspruch nehmen können. Dadurch sind wir in der Lage, unsere Organisation schlank und flexibel zu halten.

Dr. Michael Weck:

Der Leiter Geschäftsentwicklung hat das Joint Venture zwischen dem DID und der Crif Gruppe von Anfang an begleitet

Dr. Michael Weck

The head of business development has been accompanying the joint venture between the DID and the Crif group of companies from the beginning

„Effizientes Kundenmanagement setzt heute voraus, dass man seine Kunden sehr genau kennt“

„Efficient customer management requires exact knowledge of one's customers“



Knowledge- Management

Das Wissen um den Kunden wird für den Unternehmenserfolg immer wichtiger. Die Hamburger Crif Decisionline GmbH bietet Entscheidungssysteme für ein effizientes Kundenmanagement. Geschäftsführer Dr. Michael Weck spricht über die Unternehmensgründung, das Geschäftskonzept und das Leistungsportfolio.

Knowledge of one's customers is becoming increasingly important for a company's success. The Hamburg Crif Decisionline GmbH offers decision-making systems for efficient customer management. Managing Director, Dr. Michael Weck, talks of the company formation, the business concept and the service portfolio.

Dr. Weck, what is behind the term knowledge management?

Using modern knowledge management companies can ensure lasting and profitable customer commitment, gain new customers and minimise commercial risk. Nowadays, efficient customer management requires exact knowledge of one's customers. For this it is necessary to acquire, process and evaluate first-rate data using innovative know-how in order to integrate the information into the business procedures as a next step. Crif Decisionline was founded in March 2000 as a joint venture between DID and the Italian Crif group of companies. How did this agreement come about?

Crif Decisionline emerged from the synergy of both companies' competence in their respective business segment. The Crif group of companies is represented in numerous European countries as well as in the USA and, with a 90 percent share of the market, is Italy's leading credit bureau. The DID is Germany's leading debt collecting agency and offers

claims management throughout Europe from a single source through the EOS group of companies with their 18 partners. Using the joint venture we are able to draw upon an existing infrastructure, years of experience and the well founded know-how of both partners.

Do you differ so greatly from your competitors?

Our USP is primarily the fact that we act as a full service provider. We are not merely a service provider for the credit scoring sector, but are simultaneously able to provide the corresponding system solutions. Our information concept covers the entire customer's life cycle – ranging from the acquisition of new customers to debt collection. The transfer of know-how through the DID and the Crif group of companies is no doubt an enormous advantage for our business. Furthermore, the joint venture is structured in such a way that we are able to utilise certain resources of our partners. This enables us to keep our organisation streamlined and flexible.

Das Leistungsportfolio umfasst fünf Geschäftsgebiete.

- **Information Providing:** Den Kundenbedürfnissen entsprechend werden aktuelle Bonitäts- und Marketinginformationen generiert und aufbereitet. Crif Decisionline hat unter anderem Zugriff auf Wirtschaftsdaten von über 12 Mio. europäischen und 11 Mio. US-amerikanischen Unternehmen.
- **Kreditscoring und Database-Marketing:** Kreditscoring dient der Bonitätsbewertung von Geschäfts- und Privatkunden. Mit Database-Marketing werden klassische Kundenprofile erstellt.
- **Entscheidungs- und Abwicklungssysteme:** Individuelle Software-Lösungen automatisieren Entscheidungen auf Basis der ermittelten Score-Werte.
- **Verhaltensanalyse und Customer Relationship Management (CRM):** Zur optimalen Bestandskundenpflege werden Kaufwahrscheinlichkeiten, Produktaffinitäten, künftiges Verhalten und Abwanderungsgefahr der Kunden abgeleitet, bewertet und Inkasso-Abläufe optimiert.
- **Automatische Kundenbestands-Steuerung:** Kundenorientierte und bedarfsbezogene Kontakt- sowie Kreditstrategien werden durch speziell abgestimmte Softwareprogramme automatisiert.

The Crif Decisionline service portfolio covers five business areas.

- **Information providing:** up-to-date credit or marketing information is generated and processed depending on the customers' needs. Crif Decisionline has access to economic data on more than 12 mio. European and 11 mio. US American businesses.
- **Credit scoring and database marketing:** credit scoring enables credit analyses of businesses and private customers. Database marketing is used for the traditional preparation of customer profiles.
- **Decision-making and processing systems:** individual software solutions automate decisions on the basis of the ascertained score values.
- **Behavioral analysis and customer relationship management (CRM):** in order to optimise the care of long-standing customers, purchase likelihood, product affinities, future behaviour and migration risks are deduced, assessed and debt collection procedures optimised.
- **Automatic database controlling:** customer-oriented and demand-related contact and credit strategies are automated using individually tailored software programmes.