

# „DIGITALER UND INTERNATIONALER“

Mitte vergangenen Jahres sind Bürgel Wirtschaftsinformationen und CRIF zu CRIF Bürgel verschmolzen. Was bedeutet das für die Kunden und für den Markt? Welchen Herausforderungen muss sich das Unternehmen stellen? Wie verändert die Digitalisierung das Geschäft? Fragen, denen sich Ingrid Riehl, Mitglied der Geschäftsführung der CRIF Bürgel GmbH, im Interview mit dem Magazin Der CreditManager stellt. Sie verantwortet die Ressorts Data & Operations sowie Produktmanagement. Ingrid Riehl verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung bei deutschen und internationalen Auskunfteien mit Schwerpunkt in den Bereichen Riskmanagement und Datenanalytics

## DCM: Was war der Hintergrund für diese Fusion?

IR: Um die Frage beantworten zu können, müssen wir zwei Schritte zurückgehen. Ende Februar 2016 hat CRIF sämtliche Anteile an der Bürgel-Gruppe von den bisherigen Anteilseignern Euler Hermes und EOS übernommen. Ein gutes halbes Jahr später hat CRIF in Deutschland dann den Expansionskurs fortgesetzt und Deltavista gekauft. Bis zum Juli 2017 agierten die beiden Firmen zunächst rechtlich noch eigenständig. Es folgte dann der letzte konsequente Schritt und zwar die Verschmelzung der beiden CRIF Tochtergesellschaften Bürgel Wirtschaftsinformationen und der CRIF GmbH zu CRIFBÜRGEL. Mit der Verschmelzung wurden die Stärken von Bürgel und CRIF Deutschland unter einem gemeinsamen Dach zusammengeführt. Das Ergebnis ist eine schlagkräftige Einheit, die im deutschen Auskunfteimarkt neue Akzente und Standards setzen wird und darüber hinaus als Teil der global agierenden Wirtschaftsauskunftei CRIF agiert.

## DCM: Was hat sich dadurch für die Kunden verändert?

IR: Für unsere Kunden hat sich bis dato eine Menge verändert, da wir mit CRIFBÜRGEL nun zu einer weltweit agierenden Wirtschaftsauskunftei gehören. Konkret bedeutet dies, dass wir Zugang zu den globalen Lösungsangeboten der CRIF im B2B- und B2C-Geschäft bieten, auf diese Expertisen zurückgreifen und für unsere Kunden verfügbar machen können. In Deutschland sind zwei ursprüngliche Wettbewerber auf dem Markt der Auskunfteien zu einer Firma verschmolzen. Die Angebote von der ehemaligen Firma Bürgel mit starkem Fokus auf B2B- und B2C-Daten sowie



Pool-Lösungen, ergänzt um die modernsten Software-Lösungen im Bereich der B2C-Daten der ehemaligen CRIF Deutschland bzw. Deltavista bieten unseren Kunden einen erheblichen Mehrwert.

## DCM: Wie hat sich der Markt für Auskunfteien entwickelt?

IR: Es sind vor allem drei Trends zu erkennen, die neben den klassischen Bonitätsauskünften eine Rolle spielen: Digitalisierung, Internationalisierung und Betrugserkennung. Die Digitalisierung eröffnet zum einen neue Wege der Datenbeschaffung sowie neue Möglichkeiten der Aufbereitung dieser Informationen. Eng mit der Digitalisierung hängt der Bereich Betrug und Betrugserkennung zusammen. Früher gab es den Diebstahl im Einzelhandel; er hat „face to face“ stattgefunden, heute findet dieser anonymisiert im digitalen Geschäft statt. Der Bereich Fraud Prevention sowie die Unterstützung unserer Kunden bei der Abwehr von Antragsbetrug sind zu neuen Geschäftsfeldern geworden. Das digitale Geschäft in Deutschland erfolgt zunehmend auch global und fin-

det mehr und mehr neben lokalen auch auf globalen Marktplätzen statt, was die Verfügbarkeit von Realtime-Daten im B2B- und B2C-Geschäft national und international unerlässlich macht.

## DCM: Welche Rolle spielt die Digitalisierung?

IR: Es gibt wahrscheinlich keinen Treiber, der so einen großen Einfluss auf das Geschäftsmodell der Auskunfteien genommen hat, wie die Digitalisierung. So gibt es in den Bereichen Datenbeschaffung und Datenaufbereitung Veränderungen, die ohne die Digitalisierung undenkbar gewesen wären. Neben den klassischen Bonitätsdaten, die Wirtschaftsauskunfteien ihren Kunden zur Verfügung stellen, kommt es im Zeitalter der Digitalisierung darauf an, wie diese Daten genutzt und durch weitere Datendimensionen ergänzt werden.

Ein Beispiel: In einem digitalen Antragsprozess helfen zusätzliche Informationen über die Hardware des Endkunden, auffälliges Verhalten zu identifizieren. Dies ist der Fall, wenn mehrere Kredit-



anträge oder Käufe mit unterschiedlichen Namen und Anschriften innerhalb kürzester Zeit einem Endgerät eindeutig zugeordnet werden können.

Die vielen Daten ermöglichen es unseren Kunden, eine ganzheitliche Sicht auf den eigenen Geschäftspartner zu bekommen. Die Anforderungen an das Credit Management sind insbesondere im Zeitalter der Digitalisierung vielschichtig und ständigen Veränderungen unterworfen. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, stellt CRIFBÜRGEL eine Plattform zur Verfügung, über die eine intelligente und automatische Steuerung der Prozesse im Credit Management vorgenommen werden kann. Hierzu zählen beispielsweise nach Kundentypen differenzierte Abläufe, die Integration eigener Daten aus dem Debitorenmanagement, Limit Management, Betrugsprävention sowie Black- und Whitelisting. Bei den einzelnen Lösungskomponenten werden bewährte und neue Methoden für das bestmögliche Ergebnis miteinander verknüpft.

Im Bereich der Datenbeschaffung können verschiedene Datenquellen wie öffentliche Register, unterschiedliche Auskunftsteien und sogar Verhaltensdaten sowie Internetinformationen via Webcrawling integriert und aggregiert werden

**DCM: Wie sorgen Sie weiterhin für korrekte Informationen, während die internationalen Verflechtungen immer komplexer werden?**

IR: Neben der häufig genutzten vollautomatischen Verarbeitung der marktüblichen Datenquellen recherchieren, analysieren, kontrollieren und bewerten bei uns täglich über 200 hochqualifizierte Mitarbeiter die uns vorliegenden Informationen. Nur die Daten, die den strengen Qualitätskontrollen genügen, fließen in unsere Bonitätsprodukte ein. Dank der tagesaktuellen Daten der weltweiten CRIF Unternehmen und der Zusammenarbeit mit lokalen Informationsdienstleistern können wir international eine hohe Datenqualität bieten.

**DCM: Wie haben sich die Anforderungen und Ansprüche der Kunden verändert?**

IR: Auch die Geschäfte unserer Kunden werden zunehmend digitaler und damit auch internationaler. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass sie nicht mehr nur Bonitätsinformationen über deutsche Unternehmen benötigen, sondern auch über ihre internationalen



**Ingrid Riehl**  
Mitglied der Geschäftsleitung  
CrifBürgel GmbH

Geschäftspartner. Diese Informationen müssen aus Kundensicht möglichst sofort verfügbar und tagesaktuell sein. Zudem erwarten unsere Kunden zunehmend umfassende Produkte und ganzheitliche Lösungen entlang des gesamten Kundenlebenszyklus sowohl für B2C- als auch B2B-Zielgruppen. Die Kundenwünsche werden darüber hinaus immer individueller. Bei der Zusammenstellung der spezifischen Anforderungen arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen. Dabei führt die Kombination aus Analysten und Experten mit branchenspezifischem Know-how zu einer maßgeschneiderten Lösung.

**DCM: Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Zukunft?**

IR: Im Bereich der Betrugsprävention kommt es beispielsweise darauf an, auf neue Betrugsmaschinen möglichst schnell zu reagieren. In diesem Hase-und-Igel-Spiel darf man den Betrügern nicht hinterherhinken. Die Betrugsrisiken sind heute schon fester Bestandteil des Kreditrisikos – viele Unternehmen behandeln diese jedoch noch separat. Zudem werden sich die Geschäfte weiter auf globale Marktplätze verla-

gern. Die internationalen Trends bzw. Standards aus Ländern, die in der Digitalisierung schon maßgeblich weiter fortgeschritten sind als wir in Deutschland, können hierzulande nicht länger ignoriert werden. Das stellt die Unternehmen vor die Herausforderungen, die entsprechenden Infrastrukturen zu schaffen und ihre Prozesse entsprechend anzupassen – auch im Credit Management bzw. im Risikomanagement.

Des Weiteren stellt sich die Frage, wie neue Technologien im Rahmen der Möglichkeiten des Bundesdatenschutzgesetzes genutzt werden können, um so immer den besten Lösungsansatz zu finden. Hierzu zählt zum Beispiel die Feststellung der Identität via Videoidentifikation.

**DCM: Wie hat sich CRIF Bürgel darauf eingestellt?**

IR: Wir sind Teil einer globalen Organisation, die genau in diesen Feldern die Expertise hat. Der Merger hat CRIFBÜRGEL ein Portfolio gegeben, das es uns ermöglicht, Unternehmen in diesen Punkten zu unterstützen und diese Herausforderungen zu meistern. Unabhängig von der Branche.

Um das bestmögliche Ergebnis bei der Entwicklung neuer Technologien und Lösungen zu erzielen, agieren wir Seite an Seite mit unseren Kunden. Es ist notwendig, flexibel und schnell auf die Änderungen, insbesondere resultierend aus dem Bereich der Digitalisierung, agieren zu können. Zahlreiche Expertenteams arbeiten täglich daran, diese Ziele zu erreichen.

**DCM: Wie können Sie Credit Manager in der täglichen Arbeit unterstützen?**

IR: Wir sehen uns als Partner und Dienstleister von Credit Managern, der basierend auf State-of-the-Art-Technologien ein modernes Credit Management sowie für die angrenzenden Bereiche alle notwendigen Produkte aus einer Hand anbietet. Die Produkte und Leistungen sind dabei so modular, dass diese sich nahtlos in die jeweilige Prozesslandschaft integrieren lassen.

Frank Wöbbeking