

-Persbericht-

25 september 2012, 's Hertogenbosch

Bewust uitgestelde betalingen een doorn in het oog van bedrijven. Eigen betaalgedrag niet altijd veel beter.

Toeleverancier steeds vaker geldschieter

De helft van de business-to-businessbedrijven ziet het betaalgedrag van hun klanten verslechteren. 1 op de 8 bedrijven betaalt zelf echter ook na de gestelde betaaltermijn. Een kwart van de te laat betalende bedrijven, geeft aan niet anders te kunnen vanwege financiële problemen. Echter, meer dan de helft van de bedrijven plant de betaling *bewust* na de betaaltermijn. Ruim een derde doet dat, omdat door de eigen organisatie een andere termijn is bepaald en een ander groot deel -maar liefst 30%- plant betalingen bewust te laat om de eigen liquide middelen op peil te houden.

Dit blijkt uit het onafhankelijke onderzoek *Zo betaalt Nederland: creditmanagement anno 2012*, dat Nederlands grootste creditmanagementorganisatie GGN deze zomer liet uitvoeren. Voor het onderzoek nam onderzoeksbureau Motivaction het betaalgedrag in het Nederlandse bedrijfsleven onder de loep. De nadruk lag daarbij op het creditmanagement. In het onderzoek werd aan bedrijven gevraagd hoe zij omgaan met debiteuren die niet kunnen betalen en welke invloed economische ontwikkelingen hebben op hun creditmanagement.

Kleine bedrijven de dupe van uitstel van betaling

Hoewel een groot deel van de bedrijven bewust te laat betaalt, verwachten de meesten niet dat anderen dat ook doen. Slechts 22% denkt dat hun klanten betalingen bewust uitstellen. In 2010 was dit nog 30%. Vooral kleine bedrijven zijn de dupe van verslechterd betaalgedrag, omdat zij vaak geen buffer hebben om uitblijvende inkomsten op te vangen. 23% van alle respondenten denkt in ernstige financiële problemen te komen wanneer het betaalgedrag van klanten niet verbetert.

Verschillen B2B en B2C

Wat verder uit het onderzoek naar voren komt, is dat bij bedrijven die voornamelijk consumenten als klant hebben, minder vaak sprake is van verslechterd betaalgedrag dan bij B2B-bedrijven (27% versus 45%). Die laatste groep (B2B) geeft daarbij ook vaker aan dat zij de termijn, waarbinnen hun klanten betalen, zien toenemen (26% versus 15%).

Bestuursvoorzitter van GGN, Henk Keizer: “We zien in ons onderzoek dat 6 op de 10 bedrijven pessimistisch zijn over economisch herstel. De crisis veroorzaakt dat pessimisme voor een groot deel. Wat ik dan wel zorgwekkend vind, is dat bedrijven zelf -in de zoektocht naar geld- betalingen frustreren. Die verslechterde betalingsmoraal houdt de crisis juist in stand. Een wetwijziging die voor januari 2013 op de planning staat, reguleert de betalingstermijnen. Ik vraag me af wat we daar in de praktijk van terugzien en betwijfel of daarmee de moraal ook verbetert.”

Digitaal factureren loont

Bedrijven kunnen zich wapenen tegen verslechterd betaalgedrag door bijvoorbeeld de wijze van factureren en aanmanen aan te passen. Uit het onderzoek blijkt dat het percentage facturen dat binnen de betalingstermijn wordt betaald, hoger is bij digitale facturen (79%) dan bij facturen die per post worden verstuurd (69%). Ondanks dat het aantal facturen dat binnen de betalingstermijn wordt betaald, door digitaal factureren met 10% kan toenemen, kiest het merendeel nog steeds voor factureren via de

post (54%). 24% stuurt de factuur alleen digitaal en 19% werkt zowel met een papieren factuur als een digitale variant.

Telefoontje succesvoller dan schriftelijke aanmaning

Hoewel schriftelijk aanmanen populairder is dan bellen, geeft een groot aantal bedrijven aan dat zij zeker de meerwaarde zien van een telefoontje richting de debiteur als er aangemaand moet worden. Bellen naar debiteuren zorgt er volgens 41% van de bedrijven voor dat facturen eerder worden betaald dan alleen het sturen van een aanmaning. De resultaten laten zien dat dat vermoeden klopt. De bedrijven die al telefonisch herinnerden, gaven vaker aan dat zij na de eerste aanmaning 60% tot 100% van de openstaande vorderingen inden, dan bedrijven die schriftelijke herinnerden: 54% versus 43%.

Henk Keizer: “We zien dat er nog veel winst te behalen valt in digitalisering. Maar daar moeten bedrijven zich niet op blind staren; persoonlijk contact is minstens zo belangrijk. Vooral in het incassotraject. De beste methode om een zo hoog mogelijk rendement te realiseren, is om de ideale combinatie te vinden tussen efficiency en persoonlijk contact.”

Over GGN

GGN is een van de grotere creditmanagementorganisaties in Nederland. Bij GGN werken 1350 medewerkers, waarvan meer dan de helft als incassospecialist. Daarnaast zijn er 144 (kandidaat) gerechtsdeurwaarders en 55 juristen. GGN is met 27 vestigingen actief in het hele land en biedt op landelijk niveau minnelijke incasso en gerechtelijke incasso binnen één organisatie, met eigen kantoren. Daarnaast kunnen bedrijven bij GGN terecht voor het uit handen nemen van facturatie, het volledige debiteurenbeheer, advies bij het inrichten of verbeteren van het creditmanagementproces, detachering, training en opleiding van debiteurenbeheerders, incassomedewerkers en gerechtsdeurwaarders. De missie van GGN is het verhogen van het ondernemersrendement van haar opdrachtgevers door het voorkomen, beheersbaar maken en terugdringen van debiteurenrisico's.

Noot voor de redactie:

Het volledige rapport Zo betaalt Nederland kunt u downloaden op www.zobetaaltnederland.nl.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Janneke van der Loo, Adviseur Corporate en Interne Communicatie, telefoon: 06-82060069, e-mail: j.vanderloo@ggn.nl.