

## »Big Data hat für uns einen hohen Stellenwert«

Bei Lowell setzt man für ein erfolgreiches Forderungsmanagement vor allem auf Big Data und Predictive Analytics – mit Erfolg, wie Marc Schillinger im Interview erklärt.



> GANZE AUSGABE  
> DRUCKEN  
> NÄCHSTER ARTIKEL



Marc Schillinger, Chief Sales Officer, Lowell Group

### Lowell Group / Unternehmensbeitrag

Herr Schillinger, die Firmierung Lowell ist in Deutschland noch relativ frisch, ein Neuling am Markt ist Ihr Unternehmen dennoch nicht.

Das ist richtig. In Deutschland kannte man uns bisher als GFKL. Lowell ist aus dem Zusammenschluss zweier führender Unternehmen im Forderungsmanagement aus Großbritannien und Deutschland entstanden, nun kommen noch Gesellschaften in Nordeuropa hinzu. Da unser Fokus als Gruppe insgesamt auf dem europäischen Markt liegt, hat sich der internationale Name einfach angeboten.

Das klingt nach einer sehr umfangreichen Expansion.

Das ist sie auch. Wir werden damit der zweitgrößte europäische Anbieter im Bereich Credit Management Services. Unser Forderungsvolumen beläuft sich aktuell auf 47 Milliarden Euro, wir werden mit den Nordics eingerechnet 4.400 Mitarbeiter beschäftigen und haben Daten zu etwa 30 Millionen Konsumenten. Alleine in Deutschland decken wir damit ca. 20 Prozent der vollgeschäftsfähigen Bevölkerung ab. Unser Forderungsvolumen liegt bei 18,5 Milliarden Euro, was Einzelforderungen zwischen sechs und sieben Millionen entspricht.

Wie profitieren Ihre Firmenkunden von diesem Wachstum?

In erster Linie natürlich durch die Synergien, die aufgrund der unterschiedlich gewichteten Kernkompetenzen der jeweiligen Landesgesellschaften entstehen. Zudem können wir unseren Kunden verstärkt eine grenzübergreifende Betreuung anbieten. Und wir profitieren als Gruppe vom Know-how unserer nordischen Gesellschaften beim Thema Big Data, das für uns einen sehr hohen Stellenwert hat. Wir sind europaweit das einzige Unternehmen mit einem Vorstandsresort für Data Analytics.

Warum spielt Big Data eine so große Rolle?

Letztendlich geht es in unserem Geschäft darum, dass offene Forderungen beglichen werden. Und das erreichen Sie, indem Sie den Konsumenten gezielt mit individuellen Lösungen ansprechen, damit er seinen Verpflichtungen nachkommen kann. Schon die Art des Kontakts sollte bei einem 20-Jährigen, der mit der Rechnung aus dem Onlineshopping in Verzug ist, anders sein, als bei einem 60-Jährigen mit offenem Bankkredit. Big Data ist daher ein essenzielles Instrument, um das Zahlungsverhalten der Konsumenten zu analysieren. Dafür haben wir in den letzten zweieinhalb Jahren mehrere Millionen Euro in Data Analytics und die erforderliche Infrastruktur investiert. Unser Ziel ist es, individuelle Lösungen zu finden, welche den jeweiligen Umständen der Konsumenten gerecht werden. Dies sorgt am Ende nicht nur für einen höchstmöglichen Zahlungsgrad, sondern schützt auch die gute Reputation unserer Kunden.

Diese Erkenntnisse sind jedoch nicht nur für die Prognose über die Rückzahlung von offenen Forderungen hilfreich.

Das ist richtig. Hier sprechen wir von einem geschlossenen Informationskreislauf. Ein Konsument, der mit der Zahlung in Verzug ist, den offenen Betrag aber zügig in wenigen Raten zurückzahlt, ist unter Umständen dennoch ein guter Kunde. Daher nutzen wir unsere Erkenntnisse aus der Zahlungshistorie und pflegen diese Daten ‚yorne‘ in unsere Konsumenten-Scores wieder ein. Lowell verfolgt den Ansatz, seine Kunden stets ganzheitlich zu betrachten und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die über das klassische Forderungsmanagement hinausgehen. Denn Lowell ist nicht nur führend in diesem Bereich, sondern hat mit der Deutsche Multiauskunftei GmbH auch eine auf das Datenmanagement spezialisierte Einheit. Diese optimiert den Bezug von Daten aus circa 30 externen Datenquellen und entwickelt maßgeschneiderte Prognosemodelle für eine kosteneffiziente Forderungsbeitreibung – ein klares Alleinstellungsmerkmal in der Branche.

[www.lowellgroup.de](http://www.lowellgroup.de)

> NÄCHSTER ARTIKEL