



Dr. Martina Städtler-Schumann
CEO
SCHUMANN
info@prof.schumann.de

RELEVANTE INFORMATIONEN HERAUSFILTERN

Künstliche Intelligenz, Maschine Learning, Big Data – Trends, die das traditionelle Credit Management auf den Kopf stellen. Wie kann moderne Software die Credit Manager in diesem neuen Umfeld unterstützen? Und hat die „gute, alte“ Bilanzanalyse eigentlich noch eine Zukunft? Fragen, die Dr. Martina Städtler-Schumann im Gespräch mit dem Magazin Der Credit Manager beantwortet

DCM: Stichwort Digitalisierung: Was kommt da auf Credit Manager zu?

MSS: Wir sind ja schon mittendrin. Webbasierte Lösungen mit globaler dezentraler Verfügbarkeit von Kreditbeurteilungen haben bereits ganz neue Standards gesetzt, was die Schnelligkeit und Effizienz von Prozessen betrifft. Die erwartetet nicht nur der Endkunde, auch als Unternehmen muss man hier längst mitgehen, um am Markt bestehen zu können. Doch Real-time-Kreditentscheidungen setzen die Real-time-Bewertung von Informationen voraus. Und Informationen gibt es viele. Immer mehr Informationsanbieter tummeln sich am Markt, dazu kommen dann noch die sozialen Medien, Nachrichtenportale oder andere Quellen. In Zeiten von Big Data die relevanten Infos herauszufiltern, das ist eine echte Herausforderung.

DCM: Welche Rolle können dabei Künstliche Intelligenz und Maschine Learning spielen?

MSS: Wir nutzen seit langem z.B. KI-Komponenten, um Entscheidungsvorschläge zu generieren oder auch Ratings zu bestimmen. Maschinelle Lernalgorithmen, die auf der Basis historischer Datenbestände lernen, können z. B. genutzt werden, um kundenrelevantes Wissen aus dem Internet zu extrahieren. Die gewonnenen Erkenntnisse können dann auch Kreditentscheidungen beeinflussen oder eine bestehende Einschätzung verändern. Mit Hilfe der In-Memory-Technik kann dabei die Verarbeitung großer Datenmengen nahezu in Echtzeit erfolgen. Dabei bleibt allerdings zu prüfen, ob es sich um korrekte Informationen oder sogenannte „Fake News“ handelt. Auch zu hinterfragen ist, was an Aktualität organisatorisch wirklich notwendig und damit technisch auch



Dr. Martina Städtler-Schumann erläutert die Möglichkeiten der neuen und maßgeschneiderten Module.

sinnvoll ist. Macht es z. B. Sinn, permanent die aktuelle Bewertung der risikobehafteten Forderungen gegenüber Kunden zu kennen? Aus unserer Erfahrung lässt sich sagen: Ein strategisch durchdachter Informationsmix ist das Beste. Je nach Art der zu bewertenden Unternehmen, der Branche oder anderer individueller Faktoren, unterscheiden sich auch die idealerweise einzuholenden Informationen und deren Frequenz sowie der benötigte Aktualitätsgrad. Und für den einen oder anderen könnten dann zusätzliche Daten aus Sozialen Medien durchaus interessant sein, das sind dann z. B. Informationen, die dazu führen, sich mit einem Kunden intensiver zu beschäftigen.

DCM: Wie wird sich die Rolle der Credit Manager verändern? Müssen sie zu IT-Experten werden?

MSS: Nein, das sicher nicht. Eher im Gegenteil, der Credit Manager soll und muss ein Credit Management-Experte sein und bleiben. Es ist wichtig, dass er sich auf seine Kernaufgaben konzentriert, strategisch planen und Prozesse gestalten kann. Das Sammeln und Auswerten von Daten, das Erstellen von Handlungsempfehlungen oder auch das automatische Durchführen von diversen Prozessen und Aktionen übernimmt im Idealfall eine leistungsfähige Software.

DCM: Wie können Sie Credit Manager bei diesen Herausforderungen unterstützen?

MSS: Wir möchten, dass der Credit Manager sich auf die Aufgaben konzentrieren kann, die seine volle Aufmerksamkeit benötigen und die jenseits von Routinetätigkeiten, den Abarbeiten von Listen oder Excel-Tabellen liegen. Das kann unsere Software erledigen. Dazu investieren wir zum einen derzeit sehr viel in Usability, um den Umgang mit unserer Lösung so einfach und selbsterklärend wie möglich zu machen. Außerdem war und ist Flexibilität für uns ein wichtiges Thema. Jedes Unternehmen tickt anders, jeder Mensch arbeitet anders. Das System muss sich daran anpassen und nicht umgekehrt. Des-

halb sind Benutzer bei uns in der Lage, auch ohne Programmier-Kenntnisse Workflows in der Software flexibel einzustellen und anzupassen.

DCM: Welche Rolle spielen Bilanzanalysen in der neuen digitalen Welt? Sind sie künftig – als Abbild eines vergangenen Zustandes – überhaupt noch sinnvoll?

MSS: Unbedingt, ja! Auch wenn Bilanzen naturgemäß immer die Analyse eines vergangenen Zustandes sind. Doch nur weil Daten vermeintlich alt sind, müssen sie nicht wertlos sein. Sowohl wissenschaftliche Untersuchungen als auch die Praxis zeigen, dass die Qualität und Aussagekraft von Jahresabschlussinformationen für Unternehmensratings gut sind. Das Credit Management profitiert sowohl von der Beurteilung trennscharfer Bilanzstrukturnormen einzelner Jahresabschlüsse als auch von der Entwicklung im Zeitablauf. In der Regel werden die drei letzten Jahresabschlüsse der Beurteilung zugrunde gelegt. Trends und grundlegende strukturelle Veränderungen können so aufgezeigt und in die Entscheidungen einbezogen werden. Jahresabschlussdaten haben durchaus ihre Berechtigung.

DCM: Wie lassen sich die gewonnenen Erkenntnisse sinnvoll verwenden?

MSS: Indem sie in automatisiert arbeitende Systeme eingebunden werden. Bilanzanalysen waren schon immer ein wichtiger Teil von Unternehmensbewertungen, doch die Herangehensweise hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Früher wurden riesige Papierberge bewegt, die relevanten Positionen herausgesucht, manuell bereinigt und dann analysiert. Das Erfassen der Zahlen war eine eher monotone Arbeit, die Fehlerwahrscheinlichkeit entsprechend hoch. Heute gibt es durch die steigende digitale Verfügbarkeit andere Möglichkeiten. Bilanzen können elektronisch aus verschiedenen Quellen importiert werden. Mit einer automatischen Auswertung und direkten Aggregation der Informationen in Form von Kennzahlen, grafischen Aus-



tungen und Bilanzratings können die Bewertungen so rasch in Entscheidungen einbezogen werden.

DCM: Vor dem Hintergrund der vielen aktuellen Entwicklungen hat sich auch die Prof. Schumann GmbH neu aufgestellt. Was ist neu für Ihre Kunden?

MSS: Wir treten seit dem Frühjahr am Markt mit einem neuen Corporate Design nur noch als SCHUMANN auf, das ist auch international einfach verständlicher. Für unsere Kunden in laufenden Projekten ändert sich nichts. Aber wir haben unsere Produkte branchenspezifisch mit einhergehender Spezialisierung aufgestellt.

DCM: Was bedeutet diese einhergehende Spezialisierung?

MSS: Die Anforderungen und Herausforderungen im Credit Management unterscheiden sich von Branche zu Branche. Dem tragen wir mit einer unterschiedlichen Gewichtung und Zusammenstellung der Module Rechnung – wobei die zugrundeliegende Software auf der gleichen Basis beruht. Dieses individuelle, maßgeschneiderte Prinzip verfolgen wir konsequent. So sind beispielsweise auch unsere Mitarbeiter absolute Kenner der jeweiligen Branchen. Denn nur so ist es möglich, die Software kontinuierlich weiterzuentwickeln – mit Blick auf neue technologische Anforderungen und branchenspezifischen Auflagen.