SCHADEN.NEWS



26.02.2025

MIT WELCHEM KUNDEN VERDIENEN SIE GELD – UND WIE VERMEIDEN SIE EIN KLUMPENRISIKO?

_Welcher Kunde bringt dem K&L-Betrieb tatsächlich Geld? Wer sich nur auf wenige, große Auftraggeber konzentriert, gefährdet im Falle eines Wegfalls schlimmstenfalls seine Existenz. Im schaden.news-Gastbeitrag erklärt Unternehmensberaterin Marina Markanian, wie sich das sogenannte Klumpenrisiko vermeiden lässt. _

„Jeder Karosserie- und Lackierbetrieb lebt von seinen Kunden – doch wissen Sie genau, mit welchen Kunden Sie Ihr Geld verdienen? Und noch wichtiger: Wie abhängig sind Sie von einzelnen Auftraggebern? Ein Klumpenrisiko kann existenzgefährdend sein, wenn ein Großkunde plötzlich wegfällt oder Konditionen verschlechtert werden. Daher ist eine regelmäßige Analyse der Kundenstruktur unerlässlich.

KUNDENANALYSE: WER BRINGT WIRKLICH UMSATZ UND GEWINN?

Viele Betriebe konzentrieren sich auf den Umsatz – doch entscheidend ist, welcher Kunde tatsächlich profitabel ist. Dafür sollten Sie folgende Kennzahlen ermitteln:

• Umsatz pro Kunde: Wer bringt das meiste Geschäft? • Deckungsbeitrag pro Kunde: Wer ist tatsächlich rentabel? • Zahlungsmoral: Wer zahlt pünktlich, wer verursacht Forderungsausfälle? • Auftragsstruktur: Sind die Aufträge gleichmäßig über das Jahr verteilt oder gibt es saisonale Schwankungen?

ABHÄNGIGKEITEN ERKENNEN – KLUMPENRISIKO VERMEIDEN

Ein Klumpenrisiko entsteht, wenn ein einzelner Kunde oder eine kleine Gruppe von Auftraggebern einen erheblichen Anteil Ihres Umsatzes ausmacht. Die Faustregel: Kein Kunde sollte mehr als 20 bis 30 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen. Das können Sie tun:

• Ihre Kundenbasis breiter aufstellen – gewinnen Sie aktiv neue Kunden. • Verträge mit Großkunden kritisch prüfen – lange Laufzeiten mit fairen Konditionen helfen. • Zusatzleistungen anbieten – beispielsweise Smart-Repair oder Fahrzeugaufbereitung, um Privatkunden anzusprechen. • Marketing und Online-Sichtbarkeit stärken – eine starke (Online-)Präsenz bringt neue Auftraggeber.

STRATEGISCH HANDELN, STATT NUR REAGIEREN

Betriebe, die ihre Kundenstruktur regelmäßig analysieren, können rechtzeitig gegensteuern und Abhängigkeiten vermeiden. Setzen Sie auf eine gesunde Mischung aus Großkunden, Versicherungen und Privatkunden. So sichern Sie sich langfristig stabile Einnahmen und vermeiden gefährliche Einbrüche bei Auftragsschwankungen."

Marina Markanian, bpr Mittelstandsberatung

Gastbeitrag