

Digitales Inkassowesen hebt ab

Tilbago Das Startup im Inkassowesen vereinfacht den Prozess und erhöht die Erfolgsquote mithilfe intelligenter Software.

KLAUS RIMNOV

Vom Studenten der Uni Bern direkt zum CEO eines selbst gegründeten Startups, Tilbago. Die Karriere von David Fuss hat einen guten Start erlebt. Aber wie kommt man eigentlich darauf, eine digitale Inkassofirma zu gründen? «Die Idee kam wie viele gute Geschäftsideen aus dem Markt heraus», erzählt Fuss. Als Vertriebsleiter einer Inkassolösung in SAP stellte er in Kundengesprächen fest, dass ein grosser Bedarf für eine Online-Inkasso-Lösung besteht. «Dieses grosse Potenzial zu erkennen, war sozusagen mein persönlicher Startschuss für die Gründung von Tilbago.»

Als Weiterbildungsstudent im Executive MBA der Universität Bern hat er dann als Masterarbeit den Businessplan für Tilbago entwickelt. Bei den hierfür erforderlichen Marktanalysen und Planungen wurde er von den Projektdozenten des Instituts für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern gecoacht und unterstützt. Auch bekam er über das Netzwerk der Dozenten Zugang zu Investoren und nicht zuletzt zur Postfinance.

Intelligenter Assistent

Seine Kundschaft sind Gläubigerunternehmen, die über Tilbago Betreibungen und Verlustscheine direkt online selbstständig bewirtschaften. Die Interaktion mit den Betreibungsämtern erfolgt elektronisch, Tilbago steht dem Benutzer als intelligenter Assistent zur Seite. Fuss: «Früher mussten Gläubiger hierzu teure Softwarelösungen anschaffen, implementieren und anschliessend aufwendig unterhalten.» Alternativ haben Unternehmen ihre Betreibungen manuell per teuren und zeitaufwendigen Briefwechsel mit den Betreibungsämtern gemanagt oder einfach ihre offenen Forderungen an Inkassounternehmen weitergegeben. Heute können Tilbago-Kunden ohne laufende Kosten, ohne Betriebskosten und ohne ein Implementierungsprojekt Robo-Inkasso für eine fixe Fallpauschale sofort nutzen.

Fuss nennt sein Baby liebevoll Robo-Inkasso: «Unabhängig vom Fachwissen sollen Gläubiger und Gläubigervertreter damit Betreibungen in kurzer Zeit, mit hoher Prozessqualität und geringstmöglichen Kosten elektronisch abwickeln können.» Seine Online-Lösung eignet sich für



Mehr Chancen als Risiken: Drei von vier Eidgenossen glauben laut einer Umfrage, dass die Digitalisierung der Schweiz Chancen bietet.

sämtliche Gläubiger ab einem Inkassofall bis über 13 000 Inkassofällen pro Jahr. So werden auch Gläubiger mit wenig Erfahrung im rechtlichen Inkasso sehr detailliert und zielorientiert durch den Prozess geführt.

Gläubiger mit einer grossen Anzahl jährlicher Inkassofälle profitieren von einer maximalen Effizienzsteigerung – beispielsweise durch die Automatisierung von Arbeitsschritten. Unabhängig von der Fallzahl: Tilbago bietet seinen Kunden eine intuitive Bedienbarkeit und stellt durch unterschiedliche Mechanismen eine optimale Datenqualität sicher.

Betreibungsämter machen mit

Als Ergebnis resultiert für Gläubiger ein wesentlich grösserer Erfolg im rechtlichen Inkasso bei wesentlich geringerem Aufwand. Im Fallpreis enthalten sind sämtliche Kosten für Updates, Betrieb der Lösung sowie Support durch den Tilbago-Service-Desk. «Die gesamten Einnahmen aus dem Inkasso fliessen dem Gläubiger zu. Dadurch resultieren für Gläubiger höhere Einnahmen bei geringeren Kosten, und dies bei voller Transparenz und Kontrolle.»

Der Plan von Fuss scheint aufzugehen: Zwei Jahre nach dem Go-live ist Tilbago bereits bei mehr als 750 Geschäftskunden aus den verschiedensten Branchen, den verschiedensten Grössen und aus verschiedensten Regionen in der ganzen Schweiz im Einsatz.

Aber wie reagieren die Betreibungsämter – ein weiterer wichtiger Stakeholder – auf seine Innovation? Die Betreibungsämter seien zum einen aufgrund der Vorgabe vom Bundesamt für Justiz (eSchKG) zum elektronischen Datenaustausch verpflichtet, so CEO David Fuss. Zum anderen pro-

fitierten sie ja auch von den digitalen Prozessen, werden also ihrerseits effizienter. «Insbesondere können sie Kosten und Zeit sparen, da sie beispielsweise Daten aus dem Briefwechsel mit den Gläubigern nicht mehr aufwendig manuell erfassen müssen.»

BETEILIGUNG

Prominente Unterstützung

Partner Mittlerweile hat sich auch Postfinance an Tilbago beteiligt. Ein grosser Vorteil davon sei, dass das Hosting der Software durch den gelben Riesen erfolgt. Das bringt Tilbago eine extrem hohe Datensicherheit für ihre Kunden. Besonders hilfreich ist gemäss Fuss auch, dass Tilbago durch die Zusammenarbeit einen direkten Zugang zum Innovationslabor der Postfinance (PFLab) hat und von dort unterstützt wird.

Go-to-Market Klingt alles schön und gut, aber die entscheidende Frage an den Gründer lautet trotzdem: Was

braucht es, um seine eigene «digitale Idee» auch auf den Markt zu bringen? «Neben ausreichend Risikokapital, ausgezeichnetem fachlichem und technischem Know-how, starken Marketing- und Kommunikationsfähigkeiten und hervorragenden Vertrieb-Skills investieren wir als Team vor allem viel Herzblut und Arbeit. Ein grosser Vorteil unserer Lösung besteht darin, dass uns unsere Kunden gratis testen können und so direkt aus erster Hand erfahren, wie gut Tilbago sie im rechtlichen Inkasso unterstützt», sagt Tilbago-CEO David Fuss.

Porträt Tilbago wurde im Rahmen des Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern vom EMBA-Absolventen David Fuss gegründet. Tilbago verfolgt das Ziel, durch innovativen Einsatz moderner Technologien ein intelligentes Online-Inkasso für die selbstständige Bewirtschaftung durch den Gläubiger zu ermöglichen. Tilbago ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Luzern, eingetragen im Handelsregister des Kantons Luzern. Postfinance hält eine Beteiligung an Tilbago und ist zuständig für den Betrieb der technologischen Infrastruktur von Tilbago.

Die anonyme Job-Bewerbungs-Plattform

Coople Arbeitnehmende wünschen immer mehr schicht- oder stundenbasierte Engagements, Unternehmen ebenfalls. Hier vermittelt das Startup.

DANIEL TSCHUDY

Zwar wurde Coople Schweiz bereits 2009 als «Staff Finder» gegründet, aber richtig eingeschlagen hat ihre Personalverleihplattform «just-in-time» erst in den letzten zwei Jahren. Auch Innovation braucht eben Zeit. Sowie eine Kundschaft, die mit dem neuen Angebot umgehen kann.

Dass sich die klassischen Bewerbungsabläufe für die grosse Masse der Arbeitssuchenden verändert haben, ist klar. Jetzt erfolgen die Ausschreibungen meistens und eindimensional übers Netz, die Bewerbungsdossiers werden elektronisch verschickt, die Vorauswahl geschieht virtuell und die Absage-Feedbacks sind standardisiert. Individuelle Wünsche, Teilzeitarbeit beispielsweise, können nur dann in eine Bewerbung eingebracht werden, wenn sie bereits Vorgabe in der Ausschreibung waren.

Da also nur noch virtuell kommuniziert wird, braucht es entsprechende Platt-

formen, die diese Art von Verständigung maximieren. Und dabei sicherstellen, dass individuelle Bedürfnisse trotzdem in die Bewerbungen einfließen können. Dass da neuerdings mit Apps gearbeitet wird, dürfte für viele Menschen noch gewöhnungsbedürftig sein. Der Generation Z hingegen ist das einerlei; sie funktioniert über Smartphones.

Dass das Schweizer Arbeitsrecht trotz modernsten Kommunikationsmitteln nach wie vor Basis jedes Engagements sein muss, ist auch den Machern von Coople bewusst. Der Schweizer Viktor Calabrò gründete das Unternehmen und steht ihm heute als Verwaltungsratspräsident vor: «Wir bieten den grössten Marktplatz für flexible Arbeit und stellen dabei sicher, dass die gesetzlichen Grundlagen vollumfänglich eingehalten werden. Bei unserem Hauptangebot, kurzfristig kurzzeitige Einsätze zu vermitteln, ist das manchmal trotzdem anspruchsvoll.»

Temporär-Vermittler wenig interessiert

Früher lief eine Bewerbung auch für eine Teilzeitstelle ziemlich langsam ab. Die Personalabteilungen mussten rekrutieren, alle Vorgaben prüfen, Verträge erstellen, Zeitberichte einfordern, gesetzliche Anforderungen während dem Einsatz sicherstellen sowie Lohnabrechnung und Lohnausweis erstellen.

Als Alternative standen ihnen klassische Temporär-Vermittlungsfirmen zur Verfügung. Nur waren diese nicht an einer Vermittlung von Kurzengagements interessiert, da sich ihre Verdienstmöglichkeiten mittels Kommission kaum mit ihrem

Ein direkter Kontakt entsteht erst dann, wenn beide Seiten einwilligen.

Aufwand vereinbaren liessen. Laut Calabrò wurden solche Aufträge dann einfach abgelehnt oder nur halbherzig umgesetzt.

Aber die Lebensgewohnheiten urbaner Menschen haben sich substantiell verändert. Und damit auch ihr Selbstvertrauen, ihr Leben vermehrt selber zu gestalten. Und deshalb nimmt auch die Nachfrage für teilszeitliche oder saisonale Engagements zu.

Die klassischen «9-to-5»-Jobs reduzieren sich gleichzeitig. «Darauf haben wir reagiert», erklärt Calabrò. «Unser Alleinstellungsmerkmal ist unsere Software, die einfache, effiziente und vor allem schnelle Prozesse erlaubt. Und zwar inklusive Administration, Rekrutierung, Abstimmung von Arbeitgebern und Bewerbern, Prüfung der Arbeitsvor-

aussetzungen sowie Lohnzahlungs- und Abrechnungsprozesse.»

Das System ist so einfach wie logisch: Arbeitssuchende geben auf der «Coopler App» ihre Daten ein sowie alle Engagement-Wünsche und Verfügbarkeiten; der Zugang ist kostenlos und sogar per Facebook möglich. Mit der Registrierung entsteht ein digitalisiertes Kandidatenprofil; «wer, was, wo, wann» quasi.

Die Unternehmen benutzen die gleiche App, aber den Zugang «Arbeitgeber» und schreiben dort ihre Angebote aus. Sobald die beiden Profile aufgelistet sind, bewegt sich der virtuelle Coople-Markt. Firmen können die noch anonymisierten Profile verfolgen, und Arbeitssuchende können die Angebote anschauen. Ein direkter Kontakt zwischen möglichen Arbeitgebern und Arbeitnehmern entsteht erst dann, wenn beide Parteien damit einverstanden sind.

Innert vier Stunden vermittelt

Das Erstaunliche an diesem System ist, dass 98 Prozent der auf Coople vorgestellten Einsätze innert vier Stunden vermittelt werden. Natürlich sind das nicht nur Langzeitverträge, sondern in der Welt der unmittelbaren Bedürfnisse eben vor allem sofort verfügbare und kurzfristige Jobs.

Die Arbeitgeberseite, derzeit gibt es rund 10 000 Firmen-User, bezahlen ihre

Vermittlungskommission übrigens erst beim erfolgten Einsatz. Es sind, so erklärt Viktor Calabrò, Firmen, die regelmässig unregelmässige Engagements benötigen. Dazu gehören vor allem Branchen wie der Detailhandel, das Event/Promotions-Geschäft oder die Gastronomie. Nützlich also für Coople-Kunden wie beispielsweise die ZFV-Unternehmungen, Globus und die Migros.

COOPLE SCHWEIZ Plattform wächst kontinuierlich

Firma Coople beschäftigt am Hauptsitz in Zürich-West und an der Ausenstelle London rund 120 Mitarbeitende. Insgesamt betreut das Coople über 210 000 registrierte Nutzer; monatlich kommen 1000 hinzu.

Chef CEO der AG ist Gründer Viktor Calabrò; Anthony Vaslin dient seit Januar 2018 als Managing Director Schweiz und Rinaldo Olivari als MD für Grossbritannien.

www.coople.com