

# Transfair wordt Lindorff, nóg slimmere betaaloplossingen

**Transfair uit Zwolle en Scandinavische marktleider Lindorff slaan de handen ineen. Dit betekent meer dan een naamsverandering. Het betekent meer slagkracht, meer focus op de kernactiviteit en meer kennis in huis om betere of nieuwe diensten te leveren. "De naam is veranderd, de business wordt nog beter", zo vat algemeen directeur Lindorff Holland Hans van Wermeskerken samen.**

Wehkamp. "De naam is veranderd en we bieden nu nóg slimmere betaaloplossingen", zegt algemeen directeur Hans van Wermeskerken van Lindorff Holland zelfverzekerd. "We hebben bewust voor deze overname gekozen. Dit samengaan van twee kwalitatief goede bedrijven is goed voor onze klanten."

Lindorff Holland is geen kleine jongen op het gebied van credit management. "Een lastige term, want de definities die eraan hangen zijn divers. In mijn optiek komt het erop neer dat we zo goed en efficiënt mogelijk vorderingen voor onze klanten innen. Zowel incasso als vorderingen zonder achterstand. Dat doen we met grote volumes en op consumentenniveau."

Het NVI-keurmerk van Lindorff Holland betekent dat bij het toenemende aantal tenders voor vorderingsportfolio's dit bedrijf samen met andere NVI-leden vaak eerste keuze is. "Maar we leunen niet achterover, we stoppen veel tijd in werving en behoud van klanten. In reputatie zijn we het verlengstuk van een bedrijf. Ook als we voor eigen risico innen, zoals bij de verkoop van portefeuilles het geval is."

Lindorff Holland werkt voor diverse marktleiders, waaronder de meeste grote telecombedrijven. "T-Mobile bijvoorbeeld. Voor hen is credit management geen kernactiviteit, vandaar de keuze om het uit te besteden. Je ziet ook bij andere bedrijven de trend naar outsourcing van receivables management. Ze zien in dat ze hiermee hun bedrijfsresultaat aanzienlijk verbeteren."

Een andere beweging komt meer vanuit de sector zelf. "Het gaat ook steeds meer om klantbehoud. Gezien de toenemende concurrentie en hoge investeringsbedragen per consument, is behoud ervan belangrijk. Wij geven

advies aan onze klanten over het wel of niet behouden van hun klant op basis van onze ervaringscijfers. We gaan zelfs nog verder en kunnen desgewenst adviseren om wel of niet met een consument in zee te gaan."

## Ondernemersvisie

Transfair begon 35 jaar geleden met het innen van vorderingen voor Wehkamp en heeft zich de afgelopen tien jaar steeds meer als autonome zuster geprofileerd. "Eerst alleen voor incasso, maar inmiddels verzorgen we het hele betaaltraject. Zo bieden we e-tailers Afterpay. Hiermee kunnen zij hun klanten 'achteraf betalen' aanbieden. Nog steeds de meest gewilde betaaloplossing. Het risico op non-betaling nemen wij over."

Op een gegeven moment werd duidelijk dat de vleugels van Wehkamp toch beperkten. Credit management is geen kernactiviteit van een retailconcern. Dit kwam niet ten goede aan de verdere ontwikkeling en groei van Transfair. Verzelfstandiging kwam in beeld, maar was vanuit klantenoogpunt niet de beste optie. Uiteindelijk werd Transfair op de markt aangeboden, waarbij Van Wermeskerken een absolute voorkeur had. "Dat is gelukkig goed gekomen. Lindorff heeft niet alleen een duidelijke focus op credit management, maar deelt ook onze visie over hoe je klanten laat betalen en hoe je ze behoudt. Voor Lindorff is Nederland de eerste stap om zijn positie in continentaal Europa te versterken."

Onderdeel worden van Lindorff betekent dan ook deel uitmaken van een innovatieve club met dezelfde strategie. "We hebben samen ontzettend veel kennis van credit management en van de specifieke wensen van veel verschillende branches zoals banking, telecom en utility."



Hans van Wermeskerken

"Lindorff heeft niet alleen een duidelijke focus op credit management, maar deelt ook onze visie over hoe je klanten laat betalen en hoe je ze behoudt."

Kort samengevat krijgt Transfair als Lindorff Holland een betere concurrentiepositie: meer slagkracht, betere mogelijkheden om internationale klanten te bedienen – er worden nu al klanten uitgewisseld – en een betere kennispositie, want er is een uitwisseling van best practices met de moederorganisatie.

## Reputatiemanagement blijft belangrijk

Hoewel Transfair sinds 30 maart tot Lindorff behoort, is niet alles ineens veranderd. Van Wermeskerken benadrukt dat men zich meer Lindorff voelt, zonder de eigen identiteit te verliezen. "Onze visie en strategie zijn nagenoeg gelijk: verbreding, geen versmalling van activiteiten. Maar wel allemaal

op basis van onze kernfunctie."

Die corebusiness blijft het innen van vorderingen, maar daar valt steeds meer onder. Incasso op de oude no-cure-no-paybasis, het kopen van portefeuilles en kredietverstrekking aan consumenten. "Een perfect middel om klanten te behouden. Lindorff Financial Services verstrekt de consument via onze opdrachtgever zo nodig tijdelijk krediet voor een bepaalde vordering. Zo voorkom je dat er voor je klant een consument met tijdelijke betaalproblemen verloren gaat."

Een gebied waarop Lindorff Holland kan leren van de Scandinavische moeder is het bedienen van banken. In Nederland besteden de grote banken nog bijna geen credit management uit, maar in de Scandinavische lan-

den is dit doodgewoon. "Lindorff heeft in het bankensegment een marktaandeel van zeventig procent. Deze ervaring kunnen wij prima gebruiken voor de Nederlandse markt."

Sinds september wordt naar buiten toe de naamsverandering gecommuniceerd. Eerst met een generieke campagne over de voordelen van het samengaan. Daarna met advertenties die meer op de specifieke branche gericht zijn waarin Lindorff Holland actief is. "Laat nogmaals duidelijk zijn dat dit bedrijf in de basis hetzelfde blijft. Zo hechten we aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. We verzorgen de reputatie van onze klanten door heel zorgvuldig met hun klanten om te gaan. Dat zal niet veranderen."