

2017

[eska:'pe:]

Entscheidungen

Entschieden, vorwärts.

Im letzten Jahr haben wir als S-Kreditpartner (SKP) mit der ersten Ausgabe unseres Journals [ɛska:'pe:] ein neues Format und eine neue Perspektive für den Bericht zu unserer Arbeit geschaffen. Während der Lagebericht weiterhin im Bundesanzeiger zu finden ist, erzählen wir in [ɛska:'pe:] reale Geschichten, die genauso unterschiedlich wie die Menschen in den Sparkassen sind.

Die Entscheidung für dieses Journal war eine, auf die Sie uns sehr positives Feedback gegeben haben. Uns war wichtig, die Arbeit der SKP noch greifbarer zu machen. Dass uns dies gelungen ist, freut uns sehr.

Um eine Entscheidung geht es auch in der neuen Ausgabe von [ɛska:'pe:]. Um eine, die die große Mehrheit der Vorstände in unseren Partnersparkassen genauso wieder treffen würde. Es ist die Entscheidung dafür, die Zukunft des Vertriebs gemeinsam mit der SKP, ihrem Verbundpartner für das Privatkreditgeschäft, zu gestalten. Für schlanke Prozesse, mehr Ertrag und mehr Marktanteile. Dafür, gemeinsames Wissen und gemeinsame Fähigkeiten zu nutzen.

Welche Argumente sprechen für eine Vollkooperation? Welche scheinbar oder definitiv dagegen? Wie kann es gelingen, die richtige Entscheidung zu treffen? Und wie können wir eine Kooperation auch langfristig erfolgreich gestalten?

Wir widmen dieses Magazin dem Weitblick, dem Mut und dem Vertrauen. Wir erzählen Geschichten vom ersten Kontakt bis zum gemeinsam ermöglichten Erfolg. Während Sie uns auf unserer Deutschlandreise begleiten, geben wir Ihnen schon heute eine Zusage: Wir werden auch weiterhin unermüdlich und gemeinsam dafür arbeiten, dass die Entscheidung für S-Kreditpartner auch in Zukunft eine richtige bleiben wird.

Wir haben noch viel vor!



Heinz-Günter Scheer
Geschäftsführung



Jan Welsch
Geschäftsführung

PS: Die Quintessenz zum Geschäftsjahr 2016 finden Sie am Ende dieses Journals.

Gemeinsam mutiger sein.

Welche Perspektiven Heinz-Günter Scheer und Jan Welsch für die Zusammenarbeit mit den Sparkassen sehen.

S. 4



S. 12

Ganz oder gar nicht.

Wie Siegfried Thomaßen in der Sparkasse Krefeld gemeinsam mit allen Beteiligten zur Entscheidung für die SKP fand.



S. 22

Leinen los.

Warum Klaus Groß von der Sparkasse Vorpommern die Entscheidung für die SKP forcierte.

Erfolgreich im Flug.

Wie Tabata Oehlbrecht von der Sparkasse Oberhessen hoch im Himmel über die Kooperation mit der SKP denkt.

S. 32



Alles auf Vertrieb.

Wie sich die Mannschaft von Klaus Schäuble in der Sparkasse Lörrach-Rheinfeldern für das Kreditgeschäft aufstellt.

S. 42



Gemeinsam mutiger sein.

Im Gespräch mit
Heinz-Günter Scheer und Jan Welsch

Treffpunkt betahaus in Berlin-Kreuzberg, einem angesehenen Coworking-Space im Herzen der Hauptstadt. An einem Ort, an dem Menschen gemeinsam arbeiten, zu neuen Wegen finden, sprechen Heinz-Günter Scheer und Jan Welsch über die immer häufigere Entscheidung der Sparkassen für eine Kooperation mit der SKP. Die Geschäftsführer von S-Kreditpartner über ihren Dank an die Mutigen der ersten Stunde, Pioniere und den gemeinsamen Erfolg im Kreditgeschäft.





Die Sparkassen bauen Marktanteile aus.

Wie bewerten Sie das Jahr 2016? Worauf schauen Sie zurück?

Welsch: Der Rückblick fällt durchweg positiv aus. Uns ist erneut das erfolgreichste Jahr in unserer Geschichte gelungen. Wir haben gemeinsam mit den Sparkassen 2,5 Milliarden Euro Neugeschäft mit Endkunden erzielt. Das ist eine große Leistung.

Scheer: Die Anzahl der Sparkassen, die sich für eine Vollkooperation mit der SKP entschieden haben, ist weiter gestiegen. Mit dem Onlineangebot „S Kredit-per-Klick“ haben wir zudem eine wichtige Innovation am Markt eingeführt.

Mehr als ein Drittel der Sparkassen arbeitet inzwischen mit S-Kreditpartner zusammen. Warum machen immer mehr Sparkassen das Ratenkreditgeschäft nicht mehr alleine, sondern gemeinsam mit der SKP?

Welsch: Die Welt wird auch im Ratenkreditgeschäft immer komplexer, vernetzter und digitaler. Genau hier kann die SKP helfen. In den letzten fünf Jahren hat sich unter den Sparkassen herumgesprochen, dass wir unsere Versprechen eingehalten haben. Die positive Stimmung unter den über 140 Vollkooperationspartnern hat Strahlkraft auch auf andere Sparkassen, die noch nicht an Bord sind. So sehr, dass wir weitere Anbindungen sogar kurzzeitig vertragen mussten.

Scheer: Die Sparkassen, die mit uns zusammenarbeiten, sind tatsächlich sehr erfolgreich am Markt und haben ihre Marktanteile ausgebaut. Durch unsere besondere Art des Vertriebs und der Preissteuerung konnten wir die Provisionserträge, die zu Beginn einer Kooperation erwartet wurden, deutlich übertreffen. Wir helfen ihnen mit ausgezeichneter Vertriebsunterstützung. Durch unsere Marketinginstrumente wird ihr Zugang zu den Kunden erleichtert. Wir ermöglichen mehr Kundentermine vor Ort, es wird mehr Geschäft generiert, die Kunden sind zufrieden. Keines unserer Angebote wirkt singular,

ohne das andere. Die Kombination unserer Leistungen ist der Schlüssel für unseren Erfolg. Weil wir 2015 unser Leistungsangebot für das Filialgeschäft weiter modernisiert haben, konnten unsere Partner ihr Neugeschäft mit verbesserten Instrumentarien kräftig erweitern.

Welsch: Viele Sparkassen sagen sich: Es ist klug, mit einem Verbundpartner Wissen, Fähigkeiten und Potenziale zu teilen, sich in wichtigen Fragen helfen zu lassen. Das ist leichter und effizienter, als wenn sich jede Sparkasse selbst Gedanken um eine wirkungsvolle Ansprache ihrer Kunden machen müsste.

Vor welchen Herausforderungen stehen Ihre Partner?

Welsch: Viele Sparkassen kämpfen mit sinkenden Marktanteilen und hohem Kostendruck, fragen sich: Wie können sie kostengünstiger agieren? Die ganze Sparkassenfamilie stellt sich die Frage, wie man die Erträge maximieren kann, ohne das Rad neu zu erfinden, wie man mit Angeboten arbeiten kann, die bereits nachweislich funktionieren.

Scheer: Attraktive Wachstumspotenziale für Sparkassen ergeben sich derzeit bei Ratenkrediten und Baufinanzierungen. Das Konsumentenkreditgeschäft ist dabei sicher das ertragreichste. Den Fokus darauf zu setzen, ist ökonomisch sehr richtig.

Wo setzt die SKP an, um im Konsumentenkreditgeschäft erfolgreich zu sein?

Welsch: Auf der Ertragsseite helfen wir den Sparkassen, Marktanteile zurückzugewinnen und dabei vernünftige Provisionen zu erzielen. Weil die Sparkassen die Bedürfnisse der Endkunden erfüllen können, sind die Kunden bereit, angemessene Beiträge für die Kredite zu zahlen. Auf der Kostenseite garantieren wir den Sparkassen einfache, effiziente Prozesse. Eine Fremdblösung von drei bis vier Krediten dauert mit der SKP vor Ort in der Sparkasse maximal 25 Minuten, nur noch halb so lange wie früher. Die eingesparte Prozesszeit können die Sparkassen sinnvoll für Beratungsgespräche nutzen.

Scheer: Ein Sparkassenberater verkauft bisher im Durchschnitt etwa 12 bis 24 Kredite im Jahr, das heißt einen bis zwei im Monat. Und das, obwohl er

Die Rate der Abschlüsse lässt sich verdoppeln.

zwischen 800 und 1 000 Kunden in seinem Portfolio betreut. Die Rate seiner Abschlüsse ließe sich mit der SKP durchaus verdoppeln. Für erste Erfolge würde es oft sogar reichen, wenn der Kunde einmal im Jahr in die Sparkasse käme. Viele Sparkassenkunden haben sich auch bisher einen Kredit gewünscht, sich diesen aber woanders geholt. Nicht wenige von ihnen sind bereit, in einem einzigen Vor-Ort-Gespräch alle Fremdkredite abzulösen.



Gerade haben Sie eine aktuelle Kundenumfrage unter Sparkassenvorständen durchgeführt: Welche wichtigen Erkenntnisse ziehen Sie daraus?

Welsch: In den obersten Ebenen der Sparkassen ist sehr genau angekommen, welchen Nutzen die SKP stiftet. Mehr Erträge bei gleichem Aufwand. Die SKP erreicht heute eine noch viel bessere Qualität als vor fünf Jahren. Wir lernen ständig dazu, kennen die Bedürfnisse der Sparkassenkunden besser als je zuvor. Und wir wissen, welche Maßnahmen in den einzelnen Filialen funktionieren.

Scheer: Kein Produkt ist pro Stunde Vertriebszeit im Privatkundenvertrieb wirtschaftlich attraktiver als das unsere. Die Losgrößen, die Sparkassenkunden über die SKP abschließen, sind um etwa 40 Prozent höher als die früheren. Zudem sind die Laufzeiten mit über 80 Monaten deutlich länger. Diese Kennzahlen zeigen auf den ersten Blick, dass es für die Sparkassen deutlich attraktiver ist, ihr Kreditgeschäft mit uns zu betreiben.

Welche Erwartungen haben Sie an das aktuelle Geschäftsjahr?

Welsch: Die Perspektiven sind sehr gut. Der Automarkt bleibt stabil, der Trend „Schöner Wohnen“ ist intakt. Die Deutschen investieren mehr in ihre Zukunft, die eigenen vier Wände.

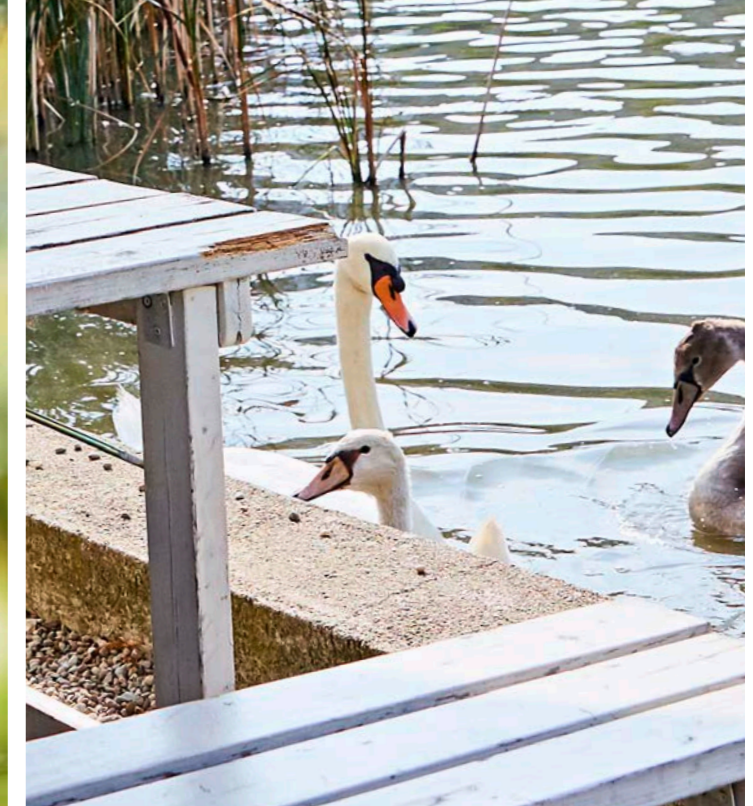
Scheer: Zwei externe Faktoren sind für das Ratenkreditgeschäft weiterhin günstig: Die Beschäftigungsrate ist auf Erfolgsniveau, die Zinsrahmenbedingungen ermöglichen hohe Margen. Die günstigen Rahmenbedingungen werden jedoch auch weiterhin dazu führen, dass der Wettbewerb an Intensität zunimmt. Da ist wichtig, auch digital gut aufgestellt zu sein. Das sind wir.

2016 haben Sie das neue SKP-Produkt „S Kredit-per-Klick“ eingeführt. Welche Effekte hat das neue Angebot?

Scheer: Sehr zufriedenstellende. Gemeinsam mit der SKP demonstrieren die Sparkassen mit diesem Produkt ihre Onlinefähigkeit im Markt, erreichen die Kunden, die nicht mehr in die Filiale gehen, und erschließen sich einen wichtigen Kanal, wenn es darum geht, Neukunden zu gewinnen.

Welsch: Für alle Inhaber von Girokonten bei der Sparkasse ist unser Angebot der einfachste Weg, einen Kredit abzuschließen. Die Kunden brauchen sich nicht einmal extra zu legitimieren und haben nach Abschluss des Kredits das berechtigt sichere Gefühl, bei der Sparkasse zu sein.

Scheer: Obwohl die teilnehmenden Sparkassen sich bewusst gegen jede Form des Preisdumpings entschieden haben und Kredite nur zu wirtschaftlich sinnvollen Konditionen vergeben, hat der „S Kredit-per-Klick“ auf dem Vergleichsportale CHECK24 aus dem Stand einen Marktanteil von 20 Prozent erzielt. Eines ist klar: Die Kunden wären nicht bereit, mehr zu zahlen als bei der Konkurrenz, wenn es dadurch keinen Vorteil für sie geben würde. Das rote „S“ bringt weiterhin unbestritten Vorteile, die Kraft der Marke schafft Vertrauen.



96 Prozent der Vorstände empfehlen S-Kreditpartner.

**„S Kredit-per-Klick“:
für die Kunden
der einfachste Weg
zum Kredit.**

Die Sparkassen sind vom „S Kredit-per-Klick“ begeistert?

Scheer: Inzwischen konnten wir über 260 von 400 Sparkassen dafür gewinnen, uns bei diesem Produkt zu unterstützen, das uns vielfältige Optionen im stark wachsenden Onlinegeschäft eröffnet.

Welsch: Wir denken schon heute darüber nach, welche Vereinfachungen aus dem digitalen Geschäft auch für das Filialgeschäft resultieren könnten. So etwas könnten einzelne Sparkassen alleine nicht leisten. Was uns lenkt, ist die Überzeugung, dass die Kunden auch unbedingt die Wahl haben sollten, auf welchem Weg sie an ihren Kredit gelangen können. Die Sparkassen sollten die Zielgruppen innerhalb ihres fast 50-prozentigen Marktanteils mit verschiedenen Vertriebswegen bedienen können, Teilansprüche nicht ignorieren.

96 Prozent der Sparkassenvorstände würden die Zusammenarbeit mit der SKP uneingeschränkt empfehlen. Wie motivieren Sie sich, noch besser zu werden, wenn Ihnen als Partner im Durchschnitt bereits jetzt die Schulnote 1,73 vergeben wird?

Welsch: Mit dem „Ist“-Zustand sind wir natürlich zufrieden. Die hohe Weiterempfehlungsrate bedeutet für uns ein Qualitätssiegel. Sie belegt, dass unser Produkt jedem Zweifel standhält. Wir werden aber noch einige Schritte gehen müssen, bis wir unser Ziel erreicht haben: mit allen Sparkassen in Deutschland zusammenzuarbeiten. Je mehr Sparkassen unsere Partner werden, desto höher werden die Erträge sein, die wir ihnen abgeben können. Das ist der Anspruch für die kommenden Jahre.



S-Kreditpartner
ist größer und noch
besser geworden.

Welche aktuellen Innovationen halten Sie für die Sparkassen bereit?

Scheer: Was sich die Sparkassen wünschen, versuchen wir gezielt umzusetzen. Feedback lohnt sich also. Für Kunden mit Wohneigentum haben wir eine spezielle Variante des Privatkredits kreiert und bereits pilotiert. Sie wird seit 2016 von ausgewählten Sparkassen eingesetzt und steht nun allen Sparkassen zur Verfügung. In Planung und Erprobung ist, dass sich manche Sparkassen an der Refinanzierung von der SKP beteiligen können. Diesen Faden werden wir weiterspinnen.

Vor über einem Jahr haben Sie sich entschieden, Ihre eigene Werbelinie aufzugeben und die Zusammenarbeit mit der Gemeinsamen Sparkassen-Kommunikation (GSK) weiter zu intensivieren. Wie beurteilen Sie diese Entscheidung?

Welsch: Die Zusammenarbeit läuft sehr gut und zeigt uns, dass das Teilen von Wissen und Fähigkeiten beiden Partnern am Ende zu mehr Erfolg verhilft. Wir sind stolz darauf, dass wir mit unserem Know-how Input für erfolgreiche Kampagnen in dem Themengebiet „Geld fürs Leben“ liefern können.

Scheer: Ein einheitlicher Außenauftritt aus einem Guss wird von den Sparkassen gewünscht und illustriert unsere Gruppenzugehörigkeit.

Welsch: Aus der Arbeit an der gemeinsamen Kampagne „Kreditoptimierung 3.0“ haben wir gelernt, dass es sinnvoll wäre, in der Kommunikation nach innen durch Beraterkampagnen Aufmerksamkeit für das Produkt zu wecken und den Anspruch an mehr Kredite zu kommunizieren. Mit einer durchschnittlichen monatlichen Kreditvergabe von ein bis zwei Krediten pro Berater werden die Sparkassen langfristig nicht erfolgreich sein können.

Was tut die SKP, um auch langfristig innovativ zu sein? An welchen konkreten Innovationsprojekten feilen Sie?

Scheer: Ein Feld, auf das wir unbedingt setzen, ist das des Data-based Marketing, denn gemeinsam

mit den Sparkassen haben wir einen riesigen Kundenbestand. Um die Hebelwirkung im Vertrieb zu erhöhen sowie die Kundenkontakte zu optimieren und zu professionalisieren, hat die SKP ein eigenes Projekt ins Leben gerufen.

Ein Dank an die mutigen Pioniere.

„Entscheidungen“ heißt dieses Journal. Zeit zurückschauen. Woran denken Sie, wenn Sie sich an die allerersten Sparkassenkollegen erinnern, die mit der SKP gearbeitet haben?

Welsch: An den Moment, Danke zu sagen. Danke an unsere Partner der ersten Stunde, die trotz vieler Vorbehalte und Einwände frühzeitig die Chancen einer Zusammenarbeit erkannt haben. Ohne mutige Vorstände wie die in Wuppertal und Bremen oder Regionalverbände wie RSGV oder SVWL wäre die SKP heute nicht da, wo sie jetzt ist.

Scheer: Pioniere waren das. Echte Pioniere arbeiten mit Widerständen und Vorbehalten, sie wachsen daran. Dank dieser Pioniere konnten die Sparkassen das Selbstbewusstsein im Kreditgeschäft zurückgewinnen. Sie hatten den Mut, dieses Geschäftsfeld nicht aufzugeben. Dank ihnen sind wir mit der SKP der Ermöglicher geworden, der wir heute sind. Gemeinsam fällt es leichter, mutig zu sein.

Welsch: Weil wir die Zusammenarbeit mit dem DSGVO und den Regionalverbänden intensiviert haben, sind wir heute viel stärker als noch vor ein paar Jahren. Wir sind heute doppelt so viele Kollegen wie zu unseren Anfängen, haben genau die richtigen Mitarbeiter an Bord. Sie sind unser Gesicht nach außen, repräsentieren die SKP und eröffnen durch ihren Einsatz ganz neue Potenziale und Chancen. Wir sind dankbar für dieses Team. Die SKP kann heute viel mehr für die Sparkassen probieren und möglich machen.



Entscheidung
#47798

Ganz oder
gar nicht.

Wie die Sparkasse Krefeld gemeinsam mit allen Beteiligten zur Entscheidung für die SKP fand.

Manchmal braucht es keine großen Worte. Schon das Gusskunstwerk im eigenen Büro kann von den Dingen erzählen, die wirklich wichtig sind. Vielleicht sind sie sogar entscheidend, wenn es darum geht, in diesen schnellen Zeiten, die so viel Wandel und Veränderung erfordern, erfolgreich zu sein.

Eindimensional wirkt das Kunstwerk, das das Büro von Siegfried Thomaßen schmückt, dem Privatkundenvorstand der Sparkasse Krefeld. Doch dann nähert man sich ihm behutsam aus einem anderen Winkel und es eröffnet neue Durchblicke und Einblicke, nur durch die geänderte Perspektive. „Das erwarte ich auch von meinen Mitarbeitern und Führungskräften“, sagt Thomaßen, ein großer, sympathischer Mann. „Ich wünsche mir, dass auch sie andere Perspektiven einnehmen. Nicht nur für uns. Auch für unsere Kunden, für den Erfolg der Sparkasse.“

Im Sommer arbeitet Thomaßen 40 Jahre in dieser Sparkasse. Mit 19 hat sein Berufsleben hier begonnen. Er ist einer von zwei Vorständen, die im Hause gewachsen sind. „Ich bin ein Mann der Mannschaft, kein Freund der Distanz. Ich habe 30 Jahre Handball gespielt. Ich möchte, dass die Mannschaft erfolgreich ist.“ Schon wählt er eine Nummer und bittet höflich eine Kollegin gleich einmal in den großen Sitzungssaal zu kommen. Sie trafen sich da.

Am Anfang, sagt Thomaßen, habe zwischen der Sparkasse Krefeld und S-Kreditpartner lediglich eine Kooperation bei den S-Autokrediten bestanden. Seit Februar 2014 arbeitet seine Sparkasse (acht Milliarden Euro Bilanzsumme, 57 Geschäftsstellen) mit der SKP in Vollkooperation. Natürlich habe man das damals kontrovers diskutiert und sich sehr intensiv mit der Thematik auseinandergesetzt. Dabei schien es nicht unbedingt die optimale Lösung zu sein – zumindest am Anfang. Von sehr verschiedenen Sichtweisen spricht er, von unterschiedlichen Blickwinkeln, dem Abwägen aller Vor- und Nachteile.

Ein Vorstand, seit 40 Jahren in der Sparkasse Krefeld. Mit Persönlichkeit vor Ort.



Siegfried Thomaßen

Funktion

Mitglied des Vorstands

Institut

Sparkasse Krefeld

Mitarbeiter

1.650

Bilanzsumme

8 Milliarden Euro

Erster Kontakt mit der SKP

S-Autokredit

Vollkooperation seit

Februar 2014

Neugeschäft 2016 mit der SKP

46,2 Millionen Euro



Kooperieren wir? Machen wir das Kreditgeschäft selbst?

Der Marktanteil bei den Verbraucher-krediten lag nur zwischen sieben und acht Prozent, viele der eigenen Kunden gingen für ihre Kredite zur Konkurrenz, bekamen sie dort schneller und günstiger. Diese Menschen habe man mit einem überzeugenden Angebot zurückgewinnen, das Geschäft ausbauen wollen. Sehr intensiv habe man deshalb geprüft, ob man das, was die SKP den Sparkassen zu bieten habe, nicht selbst könne. Zu klären war, ob die Sparkasse Krefeld auch ohne die SKP mehr Kredite verkaufen könnte, wenn sie in ihren Prozessen schlanker, rationaler und effizienter würde.

Dann müsste man auch von der Kreditmarge niemandem etwas abgeben. Das schien auch eine sehr gute, sehr verlockende Option zu sein.

Gehen wir eine Kooperation ein oder modifizieren wir unser eigenes Produkt? Das war die Frage. Im Rückblick klingt das alles ganz einfach. Auch für Andrea Kroner, die Kollegin, die Herr Thomaßen eben gerufen hat und die den großen Saal betritt. Als damalige Leiterin des Sekretariats für Finanzdienstleistungen hat sie den Entscheidungsprozess für ihren Chef Thomaßen in einer Arbeitsgruppe koordiniert.

*Eine Arbeitsgruppe setzte
Prämissen, traf Annahmen,
durchleuchtete parallel
alle Fragen.*

Zehn Jahre haben sie und Herr Thomaßen zusammengearbeitet. Auf Augenhöhe. Sie für ihn und doch zusammen. Bis sie in die Abteilung Personal und Strategie in einem anderen Ressort berufen wurde. Ein Duo, das sich gut verstand, Kritisches jederzeit besprach und einen Dreiklang von Fragen immer richtig zu beantworten suchte: Wie gut passt eine konkrete Vertriebsentscheidung zu unserer Sparkasse, zu den Kunden? Was steckt sachlich, analytisch dahinter? Wie passt sie zu den Mitarbeitern? Das gemeinsame Verständnis für die Verantwortung der Institution Sparkasse einte sie.

„Als klar war, dass wir einen Prozess, wie die SKP ihn hat, nicht selbst gestalten können, stellte sich die Frage: Ist es möglich, so viel Neugeschäft zu generieren, dass wir das Kreditgeschäft ohne Ertragsverluste betreiben können?“, sagt Andrea Kroner jetzt. „Uns hat niemand überredet. Man hätte uns auch nicht überreden können.“ Ihr Blick wandert zu Thomaßen. Er lächelt. Für einen Mannschaftsspieler zählen nur echte Punkte.

Am Ende war die Entscheidung für oder gegen eine Kooperation mit der SKP eine gemeinsame aller Beteiligten. „Wir haben wirklich alle Parteien, die direkt

oder indirekt betroffen waren, für die Entscheidung ins Boot geholt“, erinnert sich Thomaßen. „Wir haben alle Facetten untersucht. Wo wollen wir hin? Was müssten wir selbst tun? Was bietet uns die SKP?“

Aus allen Fachbereichen waren Beteiligte dabei. Maßgeblich war es auch, betriebswirtschaftliche Fragen zu erörtern. Welche Provisionen werden zugesagt? Wann ist der Break-even erreicht? Wie viel müssen wir mehr machen, um das zu erreichen? Ist es realistisch, dass wir das schaffen?

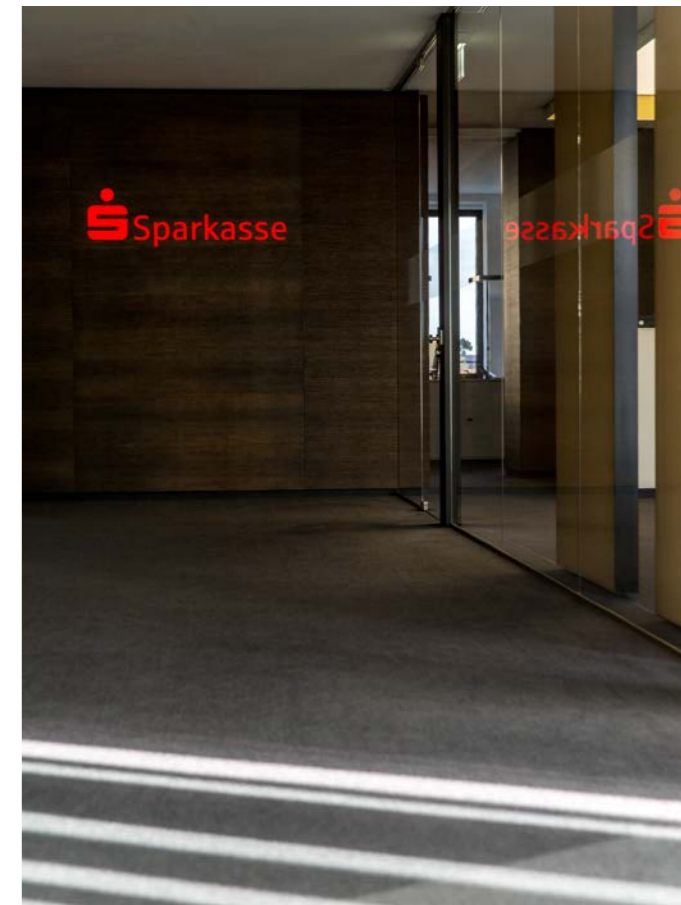


Es ging um Fragen, die mit dem Kern der Sparkasse zu tun haben.

Natürlich wird ein Vorstand an Zahlen gemessen, dachte Siegfried Thomaßen damals. Der Erhalt und der kontinuierliche Ausbau der Sparkasse, die er schätzte, blieben ihm auch in der Entscheidungsphase von Bedeutung. Marktanteile seien wichtig, Erträge entscheidend. Aber das Vertrauen der Menschen, das wusste er, durfte zu keinem Zeitpunkt aufs Spiel gesetzt werden.

Es sei darum gegangen, eine Vertrauensmarke zu bleiben, weiter für Qualität zu stehen. Lieber einen Kredit nicht zu vergeben, wenn eine verantwortungsbewusste Beratung das erfordert, aber auch keine Chancen auszulassen. Letztlich ging es um nicht mehr und nicht weniger als darum, kraftvoll zu sein. Sich behutsam zu erneuern. All das zu bieten, was die Menschen erwarten. Denn die sollen sagen: „Meine Sparkasse, mein Anbieter. Hier kriege ich jeden Service.“

Eine Sparkasse für die Menschen zu sein, das ist die Aufgabe. Auch eine Sparkasse für die eigenen Mitarbeiter zu sein. Die Produkte und Prozesse verändern sich regelmäßig. Was bleibt, sind die Menschen. Was das Leben ausmache, sagt Thomaßen, das seien doch die Beziehungen untereinander. „Unser Chef, unser Vorstand“, sagen seine Mitarbeiter. Weil sie wissen, dass er bei Innovationen vorne steht, dass er vorangeht, Neues pusht, für den gemeinsamen Erfolg.



„Wir haben sämtliche Risikoaspekte genau geprüft“, sagt Thomaßen. „Es stand die Befürchtung im Raum, dass der Zins höher sein könnte, die Kunden damit nicht einverstanden sein könnten. Wir haben darüber diskutiert, was es für unser Image bedeutet, wenn die Kredite in den Büchern von S-Kreditpartnern stehen und nicht mehr bei uns, und haben uns darauf verständigt, dass es für den Kunden sehr unerheblich ist.“

Insgesamt war man ganz eindeutig der Meinung: Eine verantwortungsbewusste Sparkasse, die auch weiterhin das Beste für ihre Kunden will, könne das tun. Deshalb und nur deshalb wurde der Entscheidungsprozess begonnen und bis zu einer finalen Lenkungsausschusssitzung fortgesetzt.

Man sei sich darüber einig gewesen, dass es für einen Mitarbeiter tatsächlich einfacher sei, wenn ein Computer ihm die Kreditentscheidung abnimmt und er ohne Bedenken agieren könne. Natürlich habe man andere Sparkassen gefragt, welche Erfahrungen sie mit der SKP gesammelt hätten, ob die Zusagen für die Unterstützung im Marketing und in der Schulung der Mitarbeiter alle eingehalten würden.

„Wichtig war, dass wir die Optionen ergebnisoffen geprüft haben. Wenn Sie so eine Entscheidung nicht ergebnisoffen prüfen, bekommen Sie keine gute Entscheidung. Heute wissen wir, dass sie sich gelohnt hat.“ Davon ist Thomaßen überzeugt.

Für Fragen der Rentabilität saß der Bereich Controlling und Finanzen am Tisch, für die Prozesse die Organisation, für das Image das Marketing, für das Risiko das Zentrale Kreditmanagement. Die größte Schwäche sei die Marge gewesen, der Verlust von Gewinn für jeden einzelnen Kredit. Dieser erforderte ein Mehrgeschäft, aber war dieser Mehrvertrieb zu stemmen?

Ein ergebnis-offener Prozess.

„Wenn man bei der Sparkasse arbeitet und immer gesehen hat, wofür sie steht, dann trägt man das in sich, die Verankerung. Die Verantwortung“, sagt Frau Kroner. „Das verpflichtet.“ Wenn es um die Kredite geht, um ein Kerngeschäft der Sparkasse, das man nun an einen Verbundpartner abgibt, erst recht.



Die SKP sei ein wichtiges Zielfeld für die Kollegen in der Sparkasse Krefeld geworden. Aber er wolle einer Mannschaft, die erfolgreich ist, nicht den Spaß am Erfolg nehmen, indem er ihr immer wieder das Erreichte als Start-Maßstab für das nächste Jahr gebe. Wenn man ein Zielfeld steigern, müsse man es so tun, dass es verantwortbar und zu schaffen sei. Wenn man es so erhöhe, dass die Mannschaft sagt: „Das schaffen wir nicht“, tritt sie nicht mehr dafür an.

Immer das Mögliche zu erreichen, über den eigenen Tellerrand zu schauen, ist Thomaßen wichtig. Seit zehn Jahren engagiert er sich bei action Medeor, dem größten Medikamentenhilfswerk Europas, seit drei Jahren als Präsident. Ehrenamtlich an der Seite von Anke Engelke, die in der „Notapotheke der Welt“ als prominente Botschafterin an Bord ist. „Sie unterstützt nur Medeor“, berichtet Thomaßen, „ist selbst in Afrika. Auch ich war dort vor Ort in Tansania.“ Wenn es einem richtig gut geht, dürfe man auch teilen, findet er immer. So einfach ist das.



Mehr von
Herrn Thomaßen?

www.s-kreditpartner.de/47798

„Wir würden alles genauso wieder machen.“

Gleich nach der Entscheidung für die SKP habe es eine ordentliche Einführungsphase gegeben. Die Volumen haben sich dann sehr schnell erhöht. Die Zahl der Kredite, ihre Laufzeit und die durchschnittliche Darlehenshöhe sind seitdem gestiegen. Die ganze Mannschaft habe Spaß, sagt Thomaßen. Seine Mitarbeiter verkaufen heute selbst an die Privatkunden Kredite, die früher nie dafür in Frage gekommen wären, weil man sie für zu wohlhabend hielt, sie nie ansprach, ihre Bedürfnisse unterschätzte.

Auf den Flurmöbeln der Sparkasse Krefeld sind Mitarbeiter abgebildet, Thomaßens Kollegen, fröhliche Personen. Die Architektur hat eine klare Linienform. „Am Tag der entscheidenden Lenkungsausschusssitzung hatte ich ein gutes Gefühl“, sagt Frau Kroner vor einer Glastür, Thomaßen in Richtung seines Büros begleitend. „Ich dachte: gut, dass wir alles auf den Tisch gelegt haben, was maßgeblich war.“ Thomaßen denkt einen Moment darüber nach, konzentriert durch seine unten randlose Brille blickend. Er macht große Schritte durch den anthrazit-grauroten Flur, einen Flur der Sparkassenidentität.

Seit Beginn der Kooperation mit der SKP im Februar 2014 haben sie alle gemeinsam jedes Jahr alle Ziele übererfüllt. Als sie anfangen, betrug das Neugeschäftsvolumen 27 Millionen Euro. 2016 waren es schon 50,7 Millionen Euro, der Großteil davon mit der SKP. Das ist ein ordentliches Plus. Der Erfolg hat Effekte auf den Marktanteil. Der ist gestiegen, liegt heute bei etwa 13 Prozent. Ein weiteres großes Plus seit dem Tag null.

Mit Kroner fast in seinem Büro angekommen, sagt Thomaßen: „Am Ende des Tages haben wir, alle Vorstände, alle Verantwortlichen, alle Beteiligten, eine Entscheidung getroffen. Wir haben gesagt: Lasst uns die Chance auf mehr Marktvolumen wahrnehmen und unsere Entscheidung alle gemeinsam tragen, entschieden, mit ganzen Herzen, mit voller Kraft, für unsere Kunden.“ Dann erinnert er an das große Wort, das die Sparkasse Krefeld seit diesem Tag null durch die Kooperation trägt und das er auch damals verwandt hat: „Wir können jetzt sagen: ganz oder gar nicht.“

Alles aus einem Guss mit der SKP. Ein richtiges Kunstwerk ist es geworden. Sie haben die Perspektive mehrfach gewechselt, Thomaßen, seine Führungskräfte und Kollegen, bis in Krefeld mit 337.000 Girokontokunden der beste Blickwinkel auf die Zukunft gefunden war. Sie haben sehr erfolgreich „ganz“ gesagt. Die Überzeugung, es richtig zu machen, hat sich seit dem Start nicht mehr geändert.

Aus der aktuellen Kundenbefragung

Die Sparkassenvorstände zeigen sich zufrieden mit der SKP und vergeben eine Durchschnittsnote von



1,73



Entscheidung
#17489

Leinen los.

Ein Mann, der sich gegen jede Böe stemmt.

Hier am Bodden in diesem festen Wind: Das ist ein Ort nach dem Geschmack von Klaus Groß, dem Abteilungsleiter Vertriebssteuerung der Sparkasse Vorpommern – geboren in Rheinland-Pfalz, seit 24 Jahren in der Region. Die drei Möwen da drüben, die ihn beobachten. Das Licht. Die Weite. Das friedliche Rauschen. Und in 40 Minuten ist er wieder in seinem Büro in Greifswald.

Ein Mann mit Weitblick ist dieser Herr Groß, der 2014 gemeinsam mit seinen Kollegen in einem Fusionsprozess die Ertragsseite der Sparkasse stärken wollte, stärken musste. Und sich in diesem wichtigen Moment, als neue Ziele gesetzt wurden, an S-Kreditpartner erinnerte. Er kannte den Verbundpartner gut, vom Autokredit in seinem früheren Haus – und öffnete ihm jetzt die Türen in Greifswald. „Wir müssen hier mehrere Dinge parallel voranbringen, das Wertpapiergeschäft, das Versicherungsgeschäft, das Kreditgeschäft. Und dafür braucht man verlässliche Partner, die einem Dinge abnehmen: Das war der Grund, warum ich dachte, dass uns S-Kreditpartner helfen könnte.“

Als Herr Groß von der Sparkasse kurz darauf zum Hörer griff, hatte er einen Herrn Groß von der SKP dran. Zwei Herren Groß, nicht verwandt und nicht verschwägert, sprachen da miteinander über eine einfache Lösung und viele Vorteile.

„Wir wollen eine Verdoppelung des Neugeschäftsvolumens.“ – „Kriegen wir hin.“ „Wir wollen mehr Marktanteile.“ – „Kriegen wir hin.“

Das Neugeschäftsvolumen verdoppeln? Kriegen wir hin.

Sehr intensiv musste der eine dem anderen danach beweisen, dass das, was er da versprach, auch zutreffen kann. Dann unternahm der Herr Groß von der Sparkasse zusammen mit seinem Projektteam, einem guten Bauchgefühl und viel Faktenwissen alles Notwendige im eigenen Haus. Dass er dabei alle mitnehmen wollte, die später im täglichen Tun davon betroffen sein würden, stand für ihn fest: allen voran die Kollegen im Vertrieb, die Abteilungsleiter. Auch für seinen Vorstandsvorsitzenden, Herrn Wolff. Nur wenn man alle mitnimmt und an eine Sache wirklich glaubt, kann man sie wirkungsvoll zu einem großen Ergebnis führen.



Klaus Groß

Funktion	Abteilungsleiter Vertriebssteuerung	Institut	Sparkasse Vorpommern
Mitarbeiter	714	Bilanzsumme	3,7 Milliarden Euro
Erster Kontakt mit der SKP	Vollkooperation	Vollkooperation seit	Juli 2016
Neugeschäft 2016 mit der SKP	14,2 Millionen Euro (ab Juli 2016)		



Aus der aktuellen Kundenbefragung

97 Prozent der Vorstände erleben, dass die SKP ihr Neugeschäft ankurbelt.

Eben und flach, beinahe strukturlos, schimmern die feinen Sandinseln aus dem Wasser des Boddens. Das Wasser spült an ihren Rändern. An einer Schilfbude steht ein Surfbrett, ragt zufrieden in den Himmel.

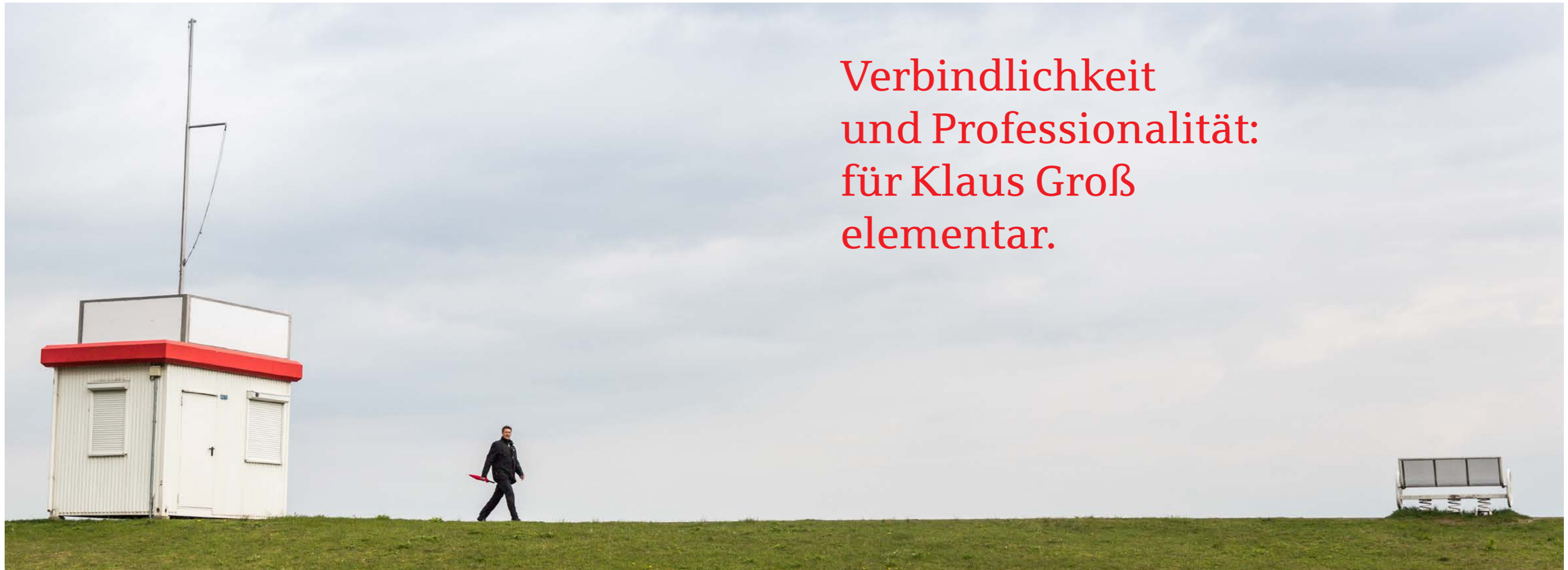
Damit er jemandem vertraue, der mit einem vielversprechenden Angebot komme, müssten zwei Voraussetzungen erfüllt sein, sagt Herr Groß von der Sparkasse. Das eine sei Verbindlichkeit. Verbindlichkeit garantiere dafür, dass das gemeinsame Weiterdenken auch wirklich zu einem Ergebnis führe. In einer ordentlichen Kooperation sei sie elementar. Verbindlichkeit bedeute, sich auf den anderen hundertprozentig und zu jedem Zeitpunkt verlassen zu können. Das habe er bei Herrn Groß von der SKP, der ihn von Anfang an sehr neugierig gemacht habe, von Beginn an gekonnt. Ein Plus für die SKP.

Der andere sehr wichtige Faktor sei eine gewisse Professionalität. Die menschliche Ebene. Es sei ihm wichtig, dass es um mehr als nur Offerten gehe. Dass der, der ihm etwas anbieten möchte, wirklich zuhöre, sich komplett auf die individuellen Bedürfnisse einlasse. In dieser Hinsicht beobachte er die potenziellen Partner sehr genau.

Natürlich brauche er als Zahlenmensch immer wieder auch Zahlen, gute Zahlen (zum Beispiel „Wie viele Abschlüsse lassen sich unter bestimmten Bedingungen erreichen?“). Er höre aber auch auf sein Bauchgefühl. Was wäre, wenn? Könnte das funktionieren? Wohin würde das führen? Was würde es noch bedeuten? Der Bauch habe damals keine Dissonanzen festgestellt.

Gefragt war ein Partner, der sich perfekt auf die Bedürfnisse einstellt.

Verbindlichkeit und Professionalität: für Klaus Groß elementar.



Ein einfaches Tool. Die Kunden im Blick.

Einerseits, so schlussfolgert Klaus Groß, gebe es die persönliche Komponente und andererseits die verbindliche Rechnung. Dazwischen aber liege etwas noch Wichtigeres – die Qualität der Lösung. Die müsse überzeugen. Und das Angebot von der SKP habe das sehr schnell vermocht. Ihn selbst und die Kollegen, die es unverzüglich mit ihm prüften. Eine ganze Menge wurde da telefoniert. Zwei Herren Groß in der Leitung.

Als der Kreditprozess der SKP dann auch im Vorstand präsentiert wurde, sei rasch sehr offensichtlich geworden, wie schnell die Sparkasse Vorpommern mit ihren Kunden über das sprechen könnte,

was diese wirklich interessiert. Dass die Lösung so einfach für den Berater sei wie für den Kunden. „Diese Erkenntnis war ein sehr wichtiger Moment.“

Neben dem einfachen Tool, das die Kollegen schon bald nutzen würden, gab es das starke Backoffice, das die SKP zu bieten hatte. Da war die Gewissheit, dass Fremdlösungen mit nur wenigen Klicks möglich würden – also Neugeschäftsvolumen mit relativ wenig Aufwand zu erzielen sei. Vielversprechend sei gewesen, dass erfahrene Trainer vertriebsunterstützend mit den Mitarbeitern zusammenarbeiten würden. Es war klar, dass es Marketingzuschüsse geben würde, um das Thema Kredite „zum Markt zu tragen“.

Das Ziel war, die Sparkasse mit Mehrerträgen nachhaltig sicherer aufzustellen. Es schien mit der Lösung der SKP sehr nahe. Was die Sparkasse unbedingt erreichen wollte, sollten zugleich gute Lösungen für die Kunden sein. Da diese Lösungen sehr einfach, unkompliziert und schnell möglich schienen, gab es von Vorstand Wolff das „Go“.

Herr Wolff wusste sehr genau, was er mit seiner Sparkasse vorhatte. „Wir versuchen das“, hat er gesagt. „Setzt euch zusammen, macht es möglich. Wenn ihr große Probleme seht, lasst uns noch einmal reden.“ Ein Fahrplan wurde abgesteckt. Ein sehr schneller von nur wenigen Monaten. Es hätte die Option gegeben, auszusteigen, wenn es von einer Seite entscheidende Argumente gegen die Kooperation gegeben hätte. Von der Kreditabteilung. Von den Betriebswirtschaftlern. Aber diese Option wurde nicht gezogen. Es war nicht nötig.

Er sei oft am Wasser, sagt Herr Groß, der hochgewachsene Herr, der sehr überlegt wirkt. Ein Mann, der sich gegen jede Böe stemmt und dabei freundlich lächelt. Manchmal parke er in der Gegend, walke von hier in die Stadt hinein, für die gute Bewegung.

Achtsam die Perspektive wechseln.

Die beste Wirkung eines Strandspazierganges werde dann erzielt, wenn man seinen Blick immer wieder wechsele, um seine Gedanken fließen zu lassen. Raus aufs Wasser, immer wieder nach unten. Zurück, wo du gerade warst, nach vorne, wo du hinwillst. Wenn du dir Zeit nimmst. Und dich darüber freust, dass es am Strand, den du so gut kennst, immer anders ist als beim letzten Mal. „Man muss die Weite der Natur auf die Weite seiner Gedanken übertragen“, sagt er. „Den Zeitraum ihres Kreisens, ihren Horizont in die Zukunft vergrößern. Eine Entscheidung heute hat immer wieder Auswirkungen auf morgen. Auf übermorgen. Auf lange Zeiträume.“ Das zu sehen, darauf komme es an.

Auf lange Sicht sei es gut, dass S-Kreditpartner andere Risikoparameter ansetze, Kredite ermöglichen könne, die in der Sparkasse unter ihren Bedingungen manchmal nicht möglich wären. „Wir wollen wachsen und so viele Kunden wie möglich auch in höheren Risikoklassen bedienen. Da ist es gut für uns, wenn die SKP mit ihren Möglichkeiten das Risiko in ihren Büchern trägt.“





Die Qualität der Lösung ist entscheidend.

Groß marschiert weiter – einmal, vor ganz langer Zeit, hat der technikaffine Vertriebssteuerer in Rheinland-Pfalz in seiner Sparkasse den ersten Geldautomaten eingeführt. Es hat sich bewährt. Es war kein Fehler. Das, was man jetzt mit der SKP in der Sparkasse Vorpommern eingeführt habe, gehe auch in diese Richtung.

„Ich bin mit dem Projekt SKP bisher sehr zufrieden“, sagt Groß, Schritt für Schritt über einen Erfolgspfad sprechend. Seit dem ersten Tag sei dieser Pfad nicht verlassen worden – bis ins Jahr 2021 ist er klar gesteckt. Die zu Beginn avisierte Verdoppelung des Neugeschäfts wurde bereits im letzten Jahr erreicht. Die Wochenziele für 2017 sind fest auf Kurs. Zufrieden sei er auch deshalb, weil man sich auch im eigenen Haus darauf konzentriert habe, das, was mit der SKP möglich werden sollte, auch möglich zu machen.

Zum 1. Januar sei die Einführungsphase beendet worden, die Vollkooperation im Alltag gestartet. „Alles läuft gut. Es sind alle an Bord. Wir haben einen guten Grundkonsens“, sagt Groß. Und fügt hinzu: „Jetzt muss es uns nur noch gelingen, den Erfolg auszubauen.“ So sei er, das stecke in ihm drin: das Nach-vorne-Schauen, selbst in Momenten des Erfolgs. Das, so sagt er, sei seine Aufgabe.

Sein Blick bleibt stehen. Wandert in den Himmel, wieder zur Erde, nach vorne, nach hinten. Das Wetter, es ist einfach unkontrollierbar.

Auf Rügen, wo er lebe, gebe es mehrere Witterscheiden, sagt Groß. Wenn es an einem Ort regne, könne bereits im Nachbarort bei strahlend blauem Himmel die Sonne scheinen. Erst gestern, als er mit der Familie einen Spaziergang habe machen wollen, habe es sich wieder gezeigt, wie nahe die verschiedenen Entwicklungen manchmal beieinander lägen.

Dass die Entwicklungen in die richtige Richtung gehen, das nehme man am besten selbst in die Hand.



Entscheidung
#61169

Erfolgreich
im Flug.



Hoch hinaus in Oberhessen.

Der Weg, den Tabata Oehlbrecht gemeinsam mit ihrer Sparkasse beschreitet, findet seine Inspiration sehr häufig dort, wo nichts anderes um sie herum ist als Luft.

Wenn die 44-jährige Produktverantwortliche für das Bereichsfeld S-Kreditpartner der Sparkasse Oberhessen in ihrer Fliegerjacke über das Flugfeld von Gedern läuft, sieht sie etwas, das nicht viele Menschen sehen können. Gemeinsamkeiten zwischen den Dingen, die ihr Leben bestimmen: der Arbeit mit S-Kreditpartner und der Fliegerei.

Erfolgreich ist sie auf beiden Feldern unterwegs. Abschlüsse in Höhe von 35 Millionen Euro, das war die Zielvereinbarung mit S-Kreditpartner für 2016. Mit circa 39 Millionen Euro wurde dieses Ziel, wie schon in den vergangenen Jahren, übererfüllt, diesmal mit einer Erfolgsquote von 110 Prozent.

Wäre Tabata Oehlbrecht vier Zentimeter größer, wäre sie heute Berufspilotin. Die Freude an der Verantwortung, am perfekten Korridor von Können und Kontrolle, und das Geschick, in ungewohnten Situationen schnell die richtigen Entscheidungen zu treffen, macht sie heute zu einer der Triebfedern der Sparkasse Oberhessen. „Ihr Spitzname ist Frau SKP“, sagt ihr Vorstandsvorsitzender Günter Sedlak. „Sie kümmert sich.“ Dranbleiben und Verlässlichkeit – das sind dabei für ihn die obersten Richtwerte.

„Als Fliegerin ist man aufgeschlossen gegenüber neuen Dingen“, sagt Tabata Oehlbrecht und zieht schwungvoll das Tor des Hangars auf, wo das Flugzeug, eine Robin Remorqueur DR400, Baujahr 1983, schon bereitsteht. „Du sagst dir: Nicht gemacht hast du es schon, wenn es etwas Neues zu entdecken gibt. Und dann probierst du es einfach aus.“

Vorstandsvorsitzender Sedlak hatte viele gute Gründe dafür, mit der SKP zusammenzuarbeiten. „Wir müssen Standards haben, brauchen schlanke Prozesse – wir müssen schnell sein.“ Dafür, dass seine Entscheidung für mehr Erträge, für weniger Kosten und für die SKP aufgeht, hat er eine Maxime: zufriedene Berater, zufriedene Kunden. Und er hat Tabata Oehlbrecht. Seit 23 Jahren kennen die beiden sich, eine Zusammenarbeit, die von Anfang an von gegenseitigem Respekt geprägt ist.

Seit 2013 betreut Tabata Oehlbrecht das Verbundgeschäft mit S-Kreditpartner, treibt ihre Vision von einer kundenorientierten und verantwortungsbewussten Sparkasse voran. „Am besten kann er arbeiten, wenn er mich nicht sieht und von der SKP nichts hört“, sagt Oehlbrecht über ihren Chef. „Dann weiß er, dass es läuft. Aber wenn ich ihn brauche, ist er immer da.“

Im Bundes- und im hessischen Landesdurchschnitt steht die Sparkasse Oberhessen in Sachen S-Kreditpartner gut da. „Das, was wir wollten, ist aufgegangen: Ertrag, Effizienz, tolle Produkte, kein Risiko und Zusatzgeschäft über die Restkreditversicherung“, sagt Günter Sedlak über die Kooperation.



Tabata Oehlbrecht

Funktion

Referentin Konsumentenkredite/Bausparen

Institut

Sparkasse Oberhessen

Mitarbeiter

953

Bilanzsumme

4,4 Milliarden Euro

Erster Kontakt mit der SKP

Vollkooperation

Vollkooperation seit

September 2013

Neugeschäft 2016 mit der SKP

38,7 Millionen Euro



Ankommen. Weiterkommen.

„Das Schönste am Fliegen ist, sich etwas vorzunehmen, ein Ziel“, sagt Oehlbrecht, „und dann alles dafür zu tun, anzukommen, dieses auch zu erreichen.“ Wenig später gleitet die Maschine in einer Höhe von 2.500 Fuß über das weite Geschäftsgebiet ihrer Sparkasse. Sie beginnt, sich frei zu fühlen, genießt die Ruhe. „Wenn ich einmal im Stress bin und ich im Flugzeug entspanne, kommen mir Gedanken, gute Ideen. Dann lande ich mit einer Lösung.“

Die kleinen und großen Richtungswechsel für ihr Leben beschließt Tabata Oehlbrecht hier oben. So wie damals, auf ihrem letzten Flug im Jahr 2012, Silvester war das. Sie fühlte sich reif für eine berufliche Veränderung. Was sie suchte, war eine Position, in der sie ihre Sparkasse wirklich voranbringen konnte.

Vielleicht war es Zufall, dass der Vorstand der Sparkasse Oberhessen genau in jener Zeit die Entscheidung traf, das Kreditgeschäft gemeinsam mit S-Kreditpartner zu betreiben. Zumindest war es eine glückliche Fügung. Doch einfach war das alles nicht. Tabata Oehlbrecht erinnert sich, wie viele Zweifler im eigenen Haus überzeugt werden mussten. Die Hürden waren groß und die Bedenken durchaus berechtigt. Warum sollte man das eigene Kreditgeschäft aus der Hand geben?

Doch Sparkassenchef Sedlak ließ sich nicht beirren. Er erinnerte an die großen Zeiten, in denen die Sparkasse der Ansprechpartner für alle Belange im Privatkundengeschäft war. Immer wieder telefonierte er mit den SKP-Geschäftsführern, wog Chancen und Risiken ab. Schließlich einigte man

Es ist einfach so: Alles, was Tabata Oehlbrecht anpackt, braucht einen gewissen Spaß, und den hat sie, wenn es weitergeht. Nach vorne. Niemals zurück. Neben der Arbeit widmet sie jede freie Minute ihrer großen Liebe, der Fliegerei. Tabata Oehlbrecht fliegt, seit sie 14 Jahre alt war, startet mehr als 250 Mal pro Jahr. Gewissenhaft prüft sie die Beweglichkeit der Ruder, die Positionslichter, steigt auf den linken Flügel. Dann schiebt sie das Dach vor und lässt sich auf den braunen Sitz fallen. Mit Fliegerbrille. Sie fliegt fast nie ohne. Mit einem Flugplan auf dem Copilotensitz.

„Fliegen ist Konzentration auf den Luftraum, auf die Navigation, und es ist auch deshalb so spannend, weil kein Flug wie der nächste ist.“

So weitblickend wie als Pilotin arbeitet Oehlbrecht auch in der Sparkasse, mit demselben Anspruch, die Dinge auch von einer anderen Seite zu betrachten. „Ich registriere ganz viel im Hintergrund“, sagt sie. „Wenn etwas aus dem Ruder läuft, wenn die Ergebnisse einer Filiale zurückgehen, nehme ich den Hörer in die Hand, fahre raus. Wenn irgendetwas nicht stimmt, fällt mir das schnell auf.“

Nun blickt sie auf das Armaturenbrett, vor sich der immer schneller rotierende Propeller. Nur noch wenige Augenblicke bis zum Start. Ihre Kinder, zwei Mädchen, neun und sieben Jahre, beobachten sie von ihrem Standpunkt vor dem Vereinshaus. Dann rollt die Maschine los, beschleunigt auf circa 100 Stundenkilometer und hebt ab. Wenn das Flugzeug in die Höhe geht, die Nase Richtung Himmel streckt – nach diesem Moment sehnt sich Tabata Oehlbrecht. Die Wolkendecke reißt auf, die Sonne kommt heraus und wärmt den Boden. Die Kälte steigt ab. Der perfekte Zeitpunkt für die SKP-Produktverantwortliche, in die Luft zu gehen.

Ertrag, Effizienz. Das ist der Weg.

Im
Korridor
von
Können
und
Kontrolle.





Steuern. Gegensteuern. Genießen.

Vorstandsvorsitzenden Günter Sedlak, die zufriedenen Kunden zu sehen. Viele von ihnen waren dankbar, ihren Kredit nun noch unkomplizierter bei ihrer Sparkasse abschließen zu können – bei einem Partner, dem sie vertrauen.

Auch die Berater gewannen ihre Freude an Kreditberatung zurück, die Erfolge der Zusammenarbeit motivieren. Günter Sedlak darf zufrieden sein mit der Entwicklung seines Vertriebs, doch er weiß genau, dass das Kreditgeschäft kein Selbstläufer ist. Dass man auch mit einer Mannschaft, die überzeugt ist auf dem richtigen Weg zu sein, den Markt immer wieder neu überzeugen muss.

Das Flugzeug hat seine maximale Flughöhe erreicht, ein Blick auf den Höhenmesser zeigt 3.500 Fuß. Wer sich hohe Ziele setzt, braucht ein gesundes Selbstbewusstsein. Auf die eigenen Fähigkeiten zu vertrauen lernte Tabata Oehlbrecht als Jugendliche in der Flugausbildung. Sie erinnert sich an ihren ersten Alleinflug, einen der schönsten Momente in ihrer fliegerischen Laufbahn. „Dieses Gefühl, wenn der Fluglehrer dir das Vertrauen schenkt, dich ganz alleine fliegen lässt. Das ist einfach unbeschreiblich.“

sich auf eine Zusammenarbeit. Der Beginn einer Vollkooperation und Erfolgsgeschichte. Mit Tabata Oehlbrecht setzte er an der Schnittstelle zwischen der Sparkasse und der SKP auf eine Mitarbeiterin, die nicht nur auf eine mehr als 20-jährige Erfahrung bei der Sparkasse zurückblickte und aus der Wohnbaufinanzierung kam. Ihre Erfahrungen als Pilotin, da ist sich Oehlbrecht sicher, haben ihr im Aufbauprozess ebenfalls sehr geholfen.

„Dieses gute Gefühl, souverän mit Neuem umgehen zu können“, sagt Tabata Oehlbrecht. „Und, ganz wichtig: die Teamfähigkeit. So ein Segelflieger kommt nicht alleine in die Luft. Mein größter Erfolg beim Projekt ist, dass ich die Kolleginnen und Kollegen mitnehmen konnte.“

Schnell stellte sich heraus, dass die Versprechen der SKP tatsächlich eingelöst wurden. Die Sparkasse Oberhessen gewann Marktanteile zurück, die Volumina stiegen, auch über die Restkreditversicherung. Doch mindestens genauso glücklich machte es den

Tabata Oehlbrecht ist noch immer dankbar, dass sie gefördert wurde. Darum möchte sie etwas zurückgeben. Heute ist sie diejenige, die andere fördert. Als Ausbildungsleiterin der Segelfliegergruppe bringt sie jungen Menschen das Fliegen bei. Über die Erfolgserlebnisse ihrer Schützlinge freut sie sich am meisten.

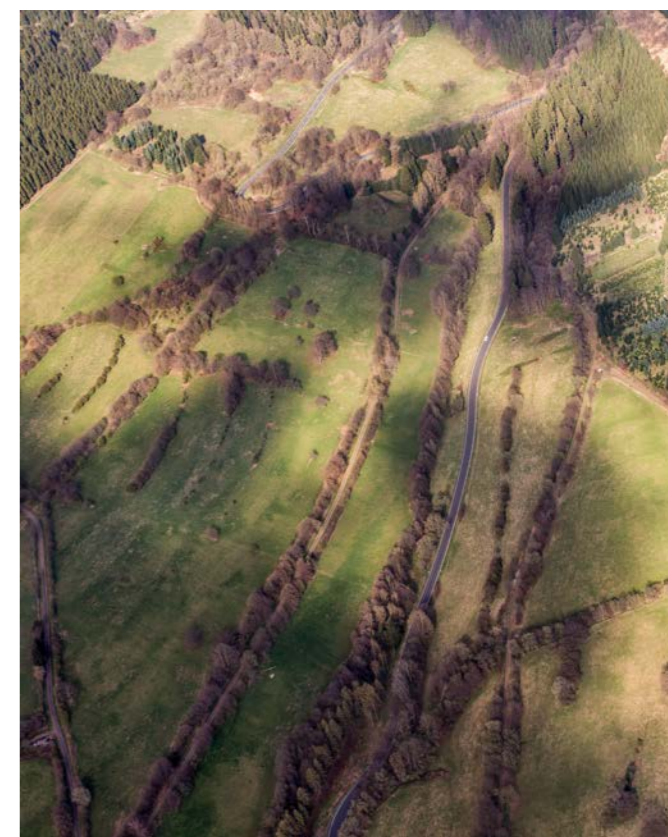
Manchmal ist sie dann so glücklich, als ob sie selbst die Flugprüfung noch einmal bestanden hätte. „Hier vertraue ich jungen Menschen Flugzeuge an. Auch in der Sparkasse sehe ich, dass die Kollegen immer besser werden. Dank der SKP. Du musst den Leuten vertrauen. Dann funktioniert es. Wenn du ihnen Vertrauen schenkst, wachsen sie über sich hinaus.“

Immer wieder ermutigt sie ihre jüngeren Kollegen, sich neue Dinge zuzutrauen, und freut sich riesig, wenn sie im Erfolg selbst ein Stück größer werden. „Aus Erfahrungen zu lernen ist wichtig“, ist ihre Devise. „Nur so kann man besser werden.“



Tabata Oehlbrecht schätzt den Weitblick.

*Wer so weit
gekommen ist,
für den gibt
es kein Zurück.*



**Mehr von
Herrn Sedlak und
Frau Oehlbrecht?**

www.s-kreditpartner.de/61169
www.s-kreditpartner.de/63688

Aus der Luft erscheint die Zentrale der Sparkasse in Friedberg winzig und ungewohnt ruhig. „Die Sparkasse von heute ist besser als die von damals, weil sie sich mehr engagiert und sich noch intensiver um ihre Kunden kümmert als früher“, sagt Tabata Oehlbrecht. Davon ist sie überzeugt. Die SKP helfe ihr und dem Team, den Kunden das zu bieten, was sie von einer modernen Sparkasse erwarten. „Das Produkt SKP gehört zu meiner Mission, es ist das perfekte Werkzeug auf diesem Weg.“

Blitzschnell korrigiert Tabata Oehlbrecht den Kurs, als der Flieger sich unerlaubtem Luftraum nähert. „Juliette Bravo, rechter Gegenanflug, zur Landung“, funkt sie herunter und setzt wenig später sanft auf der Landebahn auf. „Das macht mir auch an der SKP so viel Freude“, sagt sie, „nach der Landung auf das Erreichte zurückzublicken.“

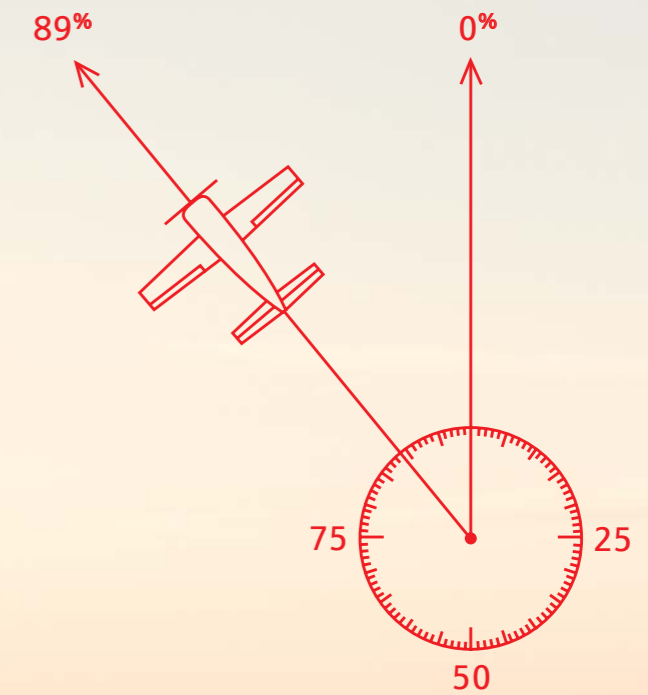
Wenn sie darüber nachdenkt, wann ihr die Arbeit am meisten Spaß macht, ist es genau dieser Moment: „Wenn sich der Erfolg einstellt, wir erfolgreich unterwegs sind und meine Kolleginnen und Kollegen zufrieden sind. Das ist das Wichtigste für mich. Das macht mich zu einem wirklich glücklichen Menschen. Immer wieder.“

Tabata Oehlbrecht, SKP-Pilotin der Sparkasse Oberhessen, schaut nach vorne, sie hat ihre Ziele klar im Blick. Noch zwei Stunden, dann trifft sie in Friedberg Vorstandschef Sedlak.

**„Juliette
Bravo, rechter
Gegenanflug,
zur Landung.“**

Aus der aktuellen Kundenbefragung

**89 Prozent der Vorstände geben an,
durch die Zusammenarbeit mit der
SKP Marktanteile zu gewinnen.**



**N50° 26' 00" E009° 11' 53"
123,475 MHz
370 m/510 m
23/05**

Entscheidung
#79618

Alles auf
Vertrieb.





Klaus Schäuble

Funktion

Filialdirektor Rheinfelden

Mitarbeiter

419

Erster Kontakt mit der SKP

S-Autokredit

Neugeschäft 2016 mit der SKP

19,4 Millionen Euro

Institut

Sparkasse Lörrach - Rheinfelden

Bilanzsumme

2,5 Milliarden Euro

Vollkooperation seit

Juni 2011

Als Klaus Schäuble, der Filialdirektor der Sparkasse Lörrach-Rheinfelden, im äußersten Südwesten der Republik seinen Morgen beginnt, weiß er: Herr Maier von S-Kreditpartner ist bereits auf seiner Anreise.

Das ist eines der guten Vorzeichen für diesen Tag. Denn Herr Schäuble weiß auch: Wenn Herr Maier heute Abend wieder fährt, hat der Coach erneut ein paar der Kollegen in der Sparkasse für den Vertrieb gestärkt. Gleich früh, wenn die Sonne aufgeht in Rheinfelden, ist das ein sehr schöner Moment. Dann scheint es fast so, als würde sich alles hell und strahlend erheben.

Nur wenig später laufen Herr Schäuble und Herr Maier über die Alte Rheinbrücke der Grenzstadt im Dreiländereck, bleiben stehen. Die massive Bogenbrücke schafft nicht nur zwischen den beiden Rheinufern eine Verbindung, sondern auch zwischen zwei Städten, die gleich heißen. Einem schönen Rheinfelden in Deutschland und einem schönen Rheinfelden in der Schweiz. „Von hier oben bin ich als Jugendlicher oft mit meinen Freunden runtergesprungen“, erzählt Klaus Schäuble. „Wir sind reingehüpft, rausgeklettert, wieder reingesprungen.“ Auch mal mutig sein, mit Kraft in neue Abenteuer springen, das hat sich der fröhliche Manager mit dem akkuraten blauen Einstecktuch am Revers über all die Jahre bewahrt. Auch für den Vertrieb seiner Sparkasse. „Aber Vorsicht“, sagt er, „es gibt auch flache Stellen“, und zeigt auf eine Sandbank im Wasser. Nun stehen sie dort vor dieser pittoresken Kulisse. Zwei Männer mit Weitblick, mit derselben klaren Auffas-

sung darüber, was eine moderne Sparkasse heute leisten muss. Dabei, die richtige Entscheidung für die SKP maximal richtig zu halten.

„Herr Maier, Sie sind jemand, der über den Teller- rand schauen kann. Es ist gut, wenn man seine Ziele kennt“, lobt Herr Schäuble. Er selbst ist ein Stratege, der sehr genau weiß, wo die Chancen liegen. „Wir haben einen Marktanteil von 50 Prozent bei den Girokonten, im Privatkreditgeschäft von 13 Prozent“, sagt er. „Die Aufgabe ist es, diesen Marktanteil signifikant zu erhöhen, in einem wachsenden Markt schneller als der Markt zu wachsen.“ Er betont das Wort „signifikant“.

„Das ist möglich“, sagt Herr Maier und nickt zuversichtlich. „Das werden wir. Legen wir den nächsten Turbo ein.“

Tatsächlich setzt die Sparkasse Lörrach-Rheinfelden schon jetzt sehr gezielt und wirksam auf Vertrieb. Sie ist bereits heute die beste SKP-Sparkasse in Baden-Württemberg. Die Zahlen sprechen für sich: 19 Millionen Euro Neugeschäft hat das Haus 2016 verbucht – zwölf Millionen Euro mehr als noch 2011, vor Beginn der Kooperation.

„Wir wollen den Marktanteil signifikant erhöhen.“

Einmal im Monat kommt Herr Maier für eine Woche, coacht die Mitarbeiter, entwickelt sie gezielt weiter.

Die beiden Männer betreten die Sparkassenfiliale am Friedrichplatz. Herr Schäuble ist ein Chef, der sich morgens nach dem Wohlergehen erkundigt, „Guten Morgen“ sagt, Hände schüttelt. Fachsimpeln über die Bundesliga gehört für den Fan des FC Bayern München ebenso dazu. Auch Herr Maier wird von den Mitarbeitern freudig begrüßt. Der SKP-Coach mit dem roten „S“ auf der Brust wirkt wie ein Teil des Teams, einer von ihnen.

Vielleicht liegt das auch an seiner Sparkassenerfahrung. Nach der Ausbildung in der Sparkasse wechselte Herr Maier zur LBS, bevor er als Sparkassen-Finanzspezialist zurückkehrte.

Die Entscheidung für die SKP war eine Entscheidung für den Vertrieb.



Ein gutes Coaching bietet Mehrwert. Genau das ist der Anspruch.



Als die Coachings von S-Kreditpartner begannen, hörte man in der Sparkasse noch viele Bedenken. Jetzt keine mehr. Wenn Herr Maier heute in das Training kommt, haben die Mitarbeiter schon drei bis vier Kreditbeispiele herausgelegt, über die sie mit ihm sprechen möchten.

„Ein gutes Coaching bietet Mehrwert“, sagt Herr Maier nach seinem Anspruch gefragt. „Menschlich zu sein, ist dabei das Wichtigste. Dicht dran zu sein an den wahren Bedürfnissen. Deshalb hole ich jeden einzelnen auf seinem persönlichen Level ab.“

Bei Neueinsteigern beginnt er mit Grundlagen, verkäuferischen Ansätzen. Doch auch die etabliertesten Berater möchte Herr Maier weiter stärken, gibt ihnen Tipps und Tricks, wie sie zum Beispiel Fremdadlösen einbinden oder, falls sinnvoll, auch mal Kredite mit einer höheren Laufzeit platzieren. Freundschaftlich zeigt er ihnen, wie sie wichtige Zeit sparen können, und er will sie für eine noch bessere und zielführendere Beratung gewinnen. „Bei erfahrenen Mitarbeitern steht die Feinsteuerung im Vordergrund.“

Der Gebietsleiter von der SKP ist ehrgeizig, möchte sich auch als Coach immer weiter verbessern. Nach jedem Gespräch holt er sich das Feedback der Mitarbeiter ein. Dieses fällt meist sehr positiv aus. „Die meisten sagen: Das war super. Ich habe neue Vertriebsansätze und neue technische Details kennengelernt.“



**Präzise Antworten
auf konkrete Fragen.
Argumente und Ideen.**

Immer für die Kollegen da.

Einer ist bei den Beratungsgesprächen nie dabei: Herr Schäuble. Das hat gute Gründe. Was im Coaching gesagt werde, müsse im Coaching bleiben, erklärt er. „Die Mitarbeiter sollen sich doch öffnen können. Sonst hat das keinen Zweck.“ Dass Herr Maier die Mitarbeiter alleine coacht, nimmt er auch aus anderen Gründen dankbar an. „Neben dem Kreditgeschäft machen wir auch Einlagen, Vorsorge, Personaleinsatzgespräche, kümmern uns um strategische Themen. Ich bin für rund 50 Leute verantwortlich, mit Teilzeitkräften. Wir sind das größte Haus der Gegend.“ Herr Schäuble kann sich auf Herrn Maier verlassen. Er weiß, dass alles fast von alleine läuft, wenn „die SKP-Berliner kommen“.

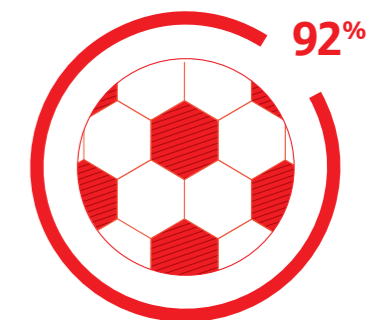
Die beiden schreiten in Richtung von Herrn Schäubles Büro, zur letzten Tür hinten rechts. Gegenüber steht eine Kaffeemaschine. Ein Ort, an dem die Leute zusammenkommen und sich austauschen. Auch das ist Alltag in einer modernen Sparkasse.

Als Herr Maier sich einen Kaffee holt, trifft er auf zwei Mitarbeiter, Katharina Szwerek und Christoph Friedrich. „Wie geht es Ihnen?“, fragt er. „Sehr gut“, sagt Frau Szwerek, „wir sind sehr erfolgreich unterwegs.“ Erst kürzlich wurde sie von Herrn Maier coacht. „Als ich damals meine Ausbildung gemacht habe, hätte ich mir nicht vorstellen können, dass der Verkauf von Privatkrediten so einfach sein kann“, sagt sie.

Der jüngere Kollege, Herr Friedrich, schaltet sich ins Gespräch ein: „Herr Maier, ich habe Ihren Tipp angewandt. Ihr Argument zu unserer Rate, das Sie mir genannt haben, hat den Kunden überzeugt. Vielleicht können Sie später mal bei mir vorbeikommen. Ich hätte da noch eine Frage zu einem Einzelfall.“ Herr Maier gibt ihm sein Wort. Der Coach nimmt sich für jeden Mitarbeiter Zeit, ist ein guter Zuhörer. Vielleicht gelingt es ihm deshalb so gut, auf Fragen stets präzise zu antworten, immer konkrete Hilfestellungen zu bieten.

Als sich die beiden Mitarbeiter verabschieden, grüßt der nächste Kollege, Herr Zieffe. Der zweidienstälteste Berater lebt seinen Beruf aus Leidenschaft. Er weiß, dass sich die Sparkasse auch in Zukunft weiter verändern und auf die sich wandelnden Kundenbedürfnisse noch stärker eingehen muss. Er sieht das ganz eindeutig als Chance. „Jede Veränderung bietet Chancen. Die nutzen wir hier. „Dabei helfen uns die SKP und einer wie Herr Maier, unser Problemlöser.“ Für den Erfolg der Sparkasse tut der einiges, bleibt auch nach Feierabend, ist immer erreichbar. Wenn es Fragen gibt, können die Mitarbeiter einfach den Hörer in die Hand nehmen.

Herr Schäuble arbeitet in seinem Büro, beobachtet die Situation zufrieden durch das Fensterglas. Inzwischen, so weiß er, haben alle Kollegen in seiner Sparkasse die Bedeutung des Vertriebs verstanden und verinnerlicht. Seine Mitarbeiter sind vertriebs-technisch gut drauf. Das hilft ihnen auch persönlich. Das Geschäft ist in den Zielen der Berater mit 25 % gewichtet – sehr viel höher als in anderen Sparkassen. Lörrach-Rheinfelden ist auf Kurs. Auch dank ihnen: Herrn Schäuble, dem Strategen und Vorrandenker, und Herrn Maier, dem Unterstützer.



Aus der aktuellen Kundenbefragung

**Das Coaching-
Angebot der SKP
loben 92 Prozent
der Vorstände.**



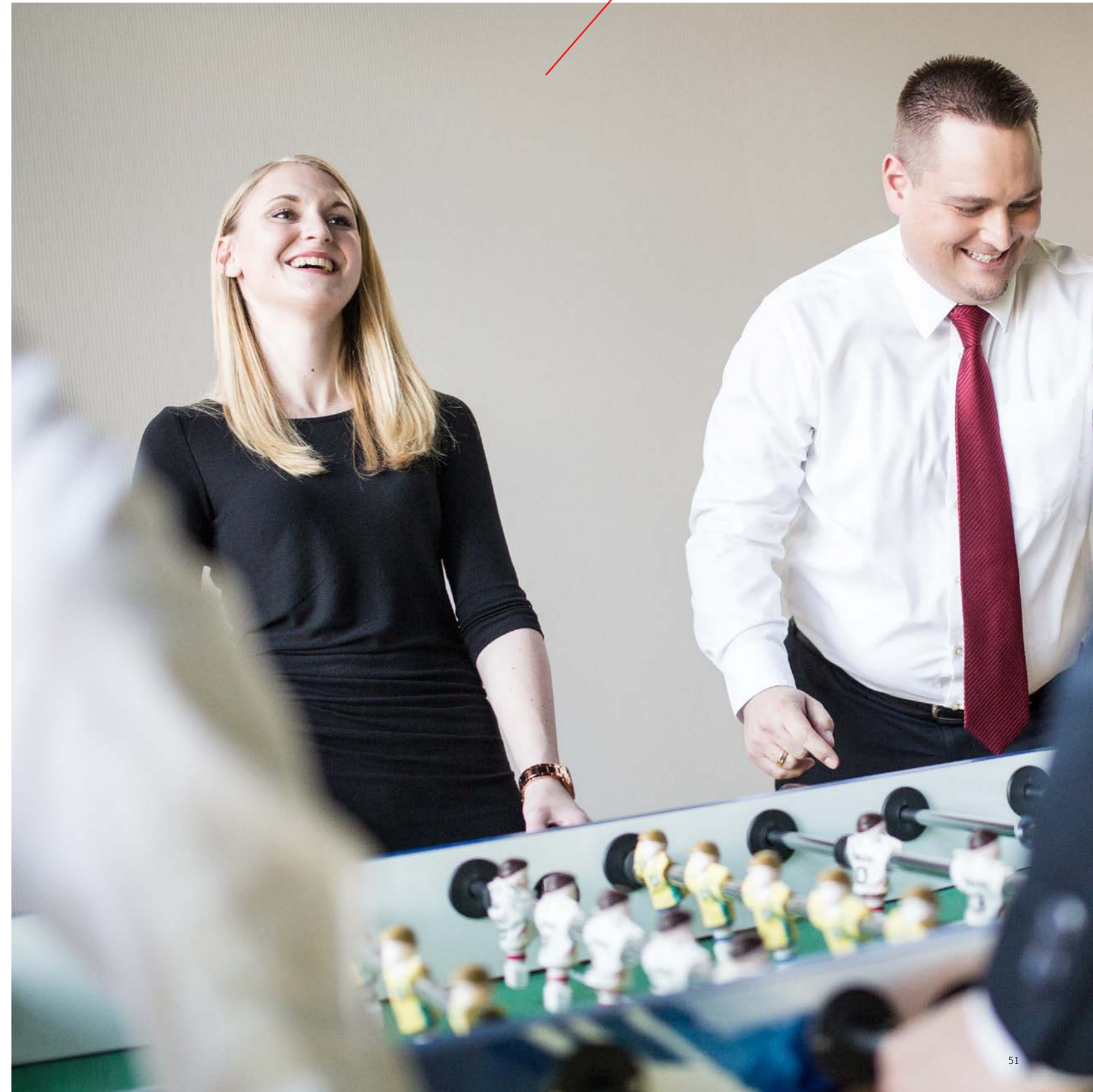
Einer für uns. Einer von uns.

Heute ist kaum vorstellbar, dass das gleiche engagierte Haus das Konsumentenkreditgeschäft bis vor wenigen Jahren auf einem anderen Level betrieb. „Damals erschien das nicht als Wachstumschance“, sagt Herr Schäuble. „Heute haben die meisten Berater Spaß daran, Kredite zu vergeben. Auch weil sie merken, dass hier eine echte Nachfrage besteht. Sie können den Kunden ihre Träume erfüllen, das neue Auto oder die langersehnte Urlaubsreise. Auch bei der Fremdablösung sehen die Berater, dass sie dem Kunden helfen, wenn sie ihn aus Krediten bei weniger vertrauensvollen Anbietern herausholen.“

Die Sparkasse Lörrach-Rheinfelden vergibt heute mehr Kredite als früher. Aber weiterhin gilt: „Nicht um jeden Preis, nie zulasten der Kunden“, sagt Herr Schäuble. „Die Sparkasse lebt von dem großen Vertrauensvorschuss, den setzen wir nicht aufs Spiel.“ Überhaupt war es erst die besondere Unternehmenskultur, die Herrn Schäuble überzeugte, nach 33 Jahren zur Sparkasse zu wechseln. „In der Finanzkrise 2008 habe ich selbst miterlebt, wie groß die Unterschiede in der Branche sind.“

Es ist kurz vor 18 Uhr. Die Sonne geht langsam unter im schönen Rheinfelden. Für heute ist Feierabend in der Sparkasse, doch nicht ganz. Einige Mitarbeiter bitten Herrn Maier zu einer Runde Tischfußball. „Herr Maier, wenn Sie schon mal hier sind ...“ Die herzliche Einladung kann der Coach nicht ablehnen, wenig später rollt der Ball durch die Reihen. Da denkt Herr Maier an den FC-Bayern-München-Fan Herrn Schäuble, der sagt, im Vertrieb sei es tendenziell besser, weiter vorne zu stehen, als sehr weit hinten zu bleiben. Herr Maier beherzigt diesen Rat und schlenzt die weiße Kugel gekonnt mit dem Mittelstürmer in Richtung Tor. Nach der Partie wird gelacht, Hände werden geschüttelt. Erfolg kann so einfach sein, mit der richtigen Mannschaft. Morgen kommt Herr Maier wieder.

*Vertrieb
bleibt
Verantwortung.*



Herausgeber

S-Kreditpartner GmbH
Prinzregentenstraße 25
10715 Berlin

info@s-kreditpartner.de
www.s-kreditpartner.de
www.facebook.com/s.kreditpartner
[@s_kreditpartner](#)

Konzeption und Gestaltung

wirDesign Berlin Braunschweig

Fotografie

Franz Bischof – Storys
Michael Jungblut – Interview

Druck

Ruksaldruck GmbH + Co. KG

Quint- essenZ

2016

Erfolgreich 2016 – unser Geschäftsjahr im Überblick

Die S-Kreditpartner GmbH (SKP) hat in ihrem fünften vollen Geschäftsjahr erneut ihre Ertragsstärke unter Beweis gestellt. Zusammen mit den Sparkassen ist es uns wiederholt gelungen, Marktanteile auszubauen und Erträge zu steigern. Unsere Partnersparkassen haben insgesamt 136 Mio. Euro direkte Vergütungsleistungen (insbesondere Bestandsprovisionen) aus der Zusammenarbeit erhalten. Damit konnte die SKP ihren Beitrag zur Wertschöpfung für die Sparkassen-Finanzgruppe im Jahr 2016 wieder deutlich steigern.

Das Neugeschäftsvolumen der SKP im Endkundengeschäft ist mit rund 18 Prozent im Vorjahresvergleich kräftig gewachsen. Der Kreditbestand bei Endkunden hat sich um etwa 14 Prozent erhöht. Damit ist die SKP wieder deutlich stärker gewachsen als der Gesamtmarkt für Ratenkredite (plus 5,7 Prozent laut Bundesbankstatistik).

Unsere Vertriebsfolge im Sparkassengeschäft (Filiale) haben den größten Anteil an der positiven Entwicklung der SKP. Vor allem das Geschäft mit dem S-Privatkredit profitierte davon, dass wir unsere Vertriebs-, Marketing- und Prozesskompetenz im vergangenen Jahr weiter geschärft haben.

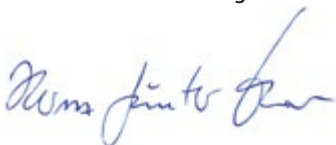
Besonders freuen wir uns über den großen Zuwachs an Vollkooperationspartnern. 2016 konnten wir 20 neue Sparkassen hinzugewinnen. Weitere 14 Häuser sind bereits im ersten Halbjahr 2017 gestartet.

Das gesamtwirtschaftliche Umfeld hat uns auch im vergangenen Jahr Rückenwind verschafft. Die niedrigen Marktzinsen und die günstige Risikosituation haben sich positiv auf das Ergebnis ausgewirkt. Das Betriebsergebnis vor Steuern lag 2016 bei 51 Mio. Euro.

Der Markt für Ratenkredite ist nach wie vor hart umkämpft. Wir investieren daher laufend in die Zukunftsfähigkeit der SKP, um die Wettbewerbsposition der Sparkassen zu stärken. Dazu gehörte im Jahr 2016 der Markteintritt mit dem S Kredit-per-Klick als reinem Onlineangebot der Sparkassen-Finanzgruppe im Ratenkreditgeschäft. Darüber hinaus haben wir im Filialgeschäft mit den Sparkassen eine spezielle Produktvariante des S-Privatkredits für Wohnungseigentümer bereitgestellt.

Wir bedanken uns bei unseren Partnern und unseren Mitarbeitern für ihren Beitrag zu diesem gemeinsamen Erfolg.

Die Geschäftsführung



Heinz-Günter Scheer



Jan Welsch

Kennzahlen auf einen Blick

Anzahl Partnersparkassen	319
davon Vollkooperationen (S-Privatkredit und S-Autokredit)	142
Anzahl Partner im Fahrzeughandel	719
Neugeschäftsvolumen in Mio. EUR	2.484
Bestandsvolumen in Mio. EUR ¹	4.713
Vergütung an Sparkassen in Mio. EUR ²	136
Operatives Ergebnis in Mio. EUR	51
Mitarbeiter	273

¹ Inklusive Händlereinkaufsfinanzierung.

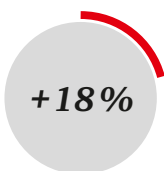
² Enthält Provisionen, Boni und Marketingkostenzuschüsse.



Neugeschäftsentwicklung

Neugeschäftsvolumen Endkundenfinanzierungen in Mio. EUR

2013	1.686
2014	1.936
2015	2.103
2016	2.484



Im Berichtszeitraum konnte ein Neugeschäftsvolumen mit Endkunden von 2.484 Mio. Euro erzielt werden. Das entspricht einer Steigerung von rund 18 Prozent.

Mit den Partnersparkassen wurde ein Neugeschäft von 2.309 Mio. Euro erzielt. Das ist rund 20 Prozent mehr als im Vorjahr.

Zum Anstieg des Neugeschäfts haben der zusätzliche Vertrieb durch neue Kooperationspartner sowie die optimierten Vertriebssysteme und Unterstützungsleistungen der SKP für Sparkassen bei Marketing und Vertrieb wesentlich beigetragen.

Mit dem Onlineprodukt S Kredit-per-Klick wurde seit Produktionsstart im März 2016 ein Neugeschäft von 24 Mio. Euro realisiert.

Neugeschäft

in TEUR	31. 12. 2015	31. 12. 2016
Endkundenfinanzierungen	2.102.646	2.483.541
davon Sparkassen	1.931.844	2.308.472
davon Auto- und Caravanhandel	170.802	150.750
davon S Kredit-per-Klick		24.319



2017

Das Neugeschäft mit Endkunden ist im ersten Quartal 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 161 Mio. Euro auf 748 Mio. Euro gestiegen. Das ist eine Steigerung von 27 Prozent.

Bestandsentwicklung

Bestandsentwicklung Endkundenfinanzierungen in Mio. EUR

2013	3.067
2014	3.372
2015	3.642
2016	4.156



Die SKP hat das Bestandsvolumen im Endkundengeschäft (ohne die Händlereinkaufsfinanzierung) im Vorjahresvergleich um 14 Prozent auf 4.156 Mio. Euro gesteigert und ist damit deutlich stärker gewachsen als der Gesamtmarkt für Ratenkredite.



Das Geschäft mit kooperierenden Sparkassen umfasste 3.709 Mio. Euro und stellte mit 89 Prozent den größten Anteil am Gesamtbestand der Endkundenfinanzierungen der SKP dar.

Bestand

in TEUR	31. 12. 2015	31. 12. 2016
Endkundenfinanzierungen	3.641.779	4.156.150
davon Sparkassen	3.171.652	3.708.719
davon Auto- und Caravanhandel	470.127	424.503
davon S Kredit-per-Klick		22.928

Entwicklung Kooperationspartner

Anteil der SKP-Vollkooperationspartner an allen Sparkassen in Deutschland in Prozent

2013	25,6
2014	27,1
2015	29,3
2016	34,5

Neben den Volumen- und Ertragsindikatoren werden die Anzahl der Vollkooperationssparkassen und die damit verbundene Einwohnerabdeckung als wichtige nicht finanzielle Leistungsindikatoren der SKP betrachtet.

Per 31. Dezember 2016 haben 34,5 Prozent aller Sparkassen in Deutschland neben dem S-Autokredit auch den S-Privatkredit der SKP vermittelt („Vollkooperationssparkassen“). Die Anzahl der Vollkooperationspartner lag zu diesem Zeitpunkt bei 142 Sparkassen, über deren Geschäftsgebiete eine Abdeckungsquote der bundesweiten Einwohnerzahl von 32 Prozent erreicht wird.

Übersicht über Kooperationen¹ per 31. Dezember

	Anzahl 2015	Anzahl 2016
Sparkassen	287	319
darunter Vollkooperationssparkassen	122	142
Händler	958	719
Gesamt	1.245	1.038

¹ Mindestens ein Neugeschäft inklusive provisionsfähiger POS-Autofinanzierungen im Betrachtungszeitraum.



2017

14 neue Sparkassen konnte die SKP bereits im ersten Halbjahr 2017 als Vollkooperationssparkassen gewinnen.

Personal

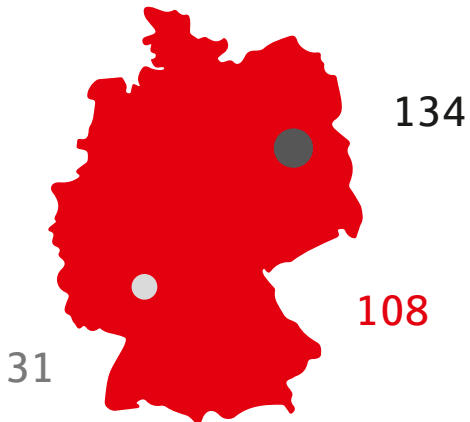
Mitarbeiterentwicklung

2013	198
2014	221
2015	238
2016	273

Per 31. Dezember 2016 beschäftigte die SKP insgesamt 273 Mitarbeiter. Das bedeutet einen Anstieg um 35 Mitarbeiter gegenüber dem Vorjahr. Die SKP trägt mit dem planmäßigen Ausbau der Mitarbeiterkapazitäten der erfolgreichen Entwicklung des Geschäftsmodells Rechnung. Der Ausbau betraf zu etwa 60 Prozent den bundesweiten vertrieblichen Außendienst. Dort waren zum Jahresende 108 Mitarbeiter beschäftigt.

Mitarbeiter

- Berlin
- Bad Homburg
- Bundesweit



2017

Im ersten Halbjahr 2017 konnte die SKP bereits 35 neue Mitarbeiter für sich gewinnen.



Mitglieder des Aufsichtsrats

Deutsche Leasing AG



Friedrich Jüngling, Mitglied des Vorstands

Kai Ostermann, Vorsitzender des Vorstands

(stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der SKP)

Rainer Weis, Mitglied des Vorstands

Landesbank Berlin AG/Berliner Sparkasse



Volker Alt, Mitglied des Vorstands

Dr. Johannes Evers, Vorsitzender des Vorstands

(Vorsitzender des Aufsichtsrats der SKP)

Tanja Müller-Ziegler, Mitglied des Vorstands

Sparkassen



Reinhard Faulstich, Vorsitzender des Vorstands der
Sparkasse Bad Hersfeld-Rotenburg

Thomas Fürst, Mitglied des Vorstands der Die Sparkasse Bremen AG

Dr. Michael Schulte, Mitglied des Vorstands der
Sparkasse Vest Recklinghausen

Herausgeber

S-Kreditpartner GmbH
Prinzregentenstraße 25
10715 Berlin

info@s-kreditpartner.de
www.s-kreditpartner.de
www.facebook.com/s.kreditpartner
@s_kreditpartner

Konzeption und Gestaltung

wirDesign Berlin Braunschweig

Fotografie Geschäftsführung

Michael Jungblut

Druck

Ruksaldruck GmbH + Co. KG

Den vollständigen Lagebericht finden
Sie im Bundesanzeiger.