

31. Januar 2013 - 18:19 S-Kreditpartner - Interview

## „Die Angriffe von außen nehmen permanent zu“

von Laura Schimanski, S-Kreditpartner

Die Sparkasse Langen-Seligenstadt ging Mitte Januar als 100. Vollkooperationspartner der S-Kreditpartner GmbH an den Start. Das Haus im südlichen Hessen hat bereits seit einigen Jahren den S-Autokredit im Einsatz – jetzt will sie auch das Privatkreditgeschäft zusammen mit der SKP voranbringen. Direktor Jürgen Kuhn, Mitglied des Vorstands der Sparkasse Langen-Seligenstadt, im Interview.



**DSZ: Herr Kuhn, wie war die Sparkasse Langen-Seligenstadt bislang im Auto- und**

*Die Sparkasse Langen-Seligenstadt hat "den Ochsen bei den Hörnern gepackt": Vorstandsmitglied und Interviewpartner Jürgen Kuhn (M.) mit den SKP-Vertriebsmanagern Danilo Reimann (l.) und Franz Rudolf Nelles.*

*(Foto: LBB)*

### **Konsumentenkreditgeschäft unterwegs?**

Jürgen Kuhn: Die Sparkassen haben den Konsumentenkredit jahrzehntelang vernachlässigt, auch unser Haus. Im Privatkreditgeschäft haben wir 2012 erstmals 10 Millionen Euro im Neugeschäft überschritten. Vorher waren es gerade einmal 6 oder 7 Millionen Euro. Entscheidend war die Einführung des S-Autokredits als Vermittlungsprodukt im Jahr 2006. Wir waren damals überzeugt, dass der S-Autokredit uns dem Konsumentenkreditgeschäft insgesamt näher bringen wird – das hat sich bestätigt. Zu sehen, dass das Geschäft ein gutes Ertragsfeld ist, hat uns motiviert. Das Wachstum im vergangenen Jahr ist für uns ein wichtiger Schritt, um das Geschäft weiterzuentwickeln.

**DSZ: Viele Wettbewerber sind den Sparkassen im Konsumentenkreditgeschäft voraus. Spüren Sie den Druck auch in Ihrem Geschäftsgebiet?**

Kuhn: Häufig sehe ich in der Hauspost die Schreiben zu Kundenkrediten, die von Wettbewerbern abgelöst werden. Ich habe das Gefühl, die Angriffe von außen nehmen permanent zu. Da müssen wir zwangsläufig überlegen, wie wir unsere Sparkasse strategisch besser positionieren. Wir sind zu dem Schluss gekommen, dass wir das, was wir uns vorstellen, alleine nicht in angemessener Zeit stemmen können. Gerade als wir uns mit den Zielen für 2013 befassten, wurden die Gespräche mit S-Kreditpartner über eine Vollkooperation konkret. Wir haben sozusagen den Ochsens bei den Hörnern gepackt: Es dauerte keine drei Tage, bis wir die nötigen Daten aufbereitet und die Entscheidung für eine Erweiterung der Zusammenarbeit um den S-Privatkredit getroffen hatten.

**DSZ: Was hat Sie am Konzept von S-Kreditpartner für den S-Privatkredit überzeugt?**

Kuhn: Es sind zwei „Big points“, die uns am Geschäftsmodell von S-Kreditpartner überzeugt haben. Das ist erstens das Fremdablösetool. Wir wollen unsere Kunden und unsere Marktanteile von den Wettbewerbern konsequent zurückholen. OSPlus hat mittlerweile zwar eine ähnliche Lösung, aber damit ist unsere Sparkasse weiterhin eine Manufaktur, die alles selbst erledigen muss. Das ist mit der heutigen Kostensituation nicht durchzuhalten. Wir brauchen ein gewisses Mengenaufkommen und industrielle Prozesse, sonst ist es einfach zu teuer. S-Kreditpartner kann uns das liefern.

Der zweite „Big point“ sind die Coachings. Wir bekommen von der SKP ein ganzes Paket an Vertriebsunterstützung. Das reicht von den Auftaktveranstaltungen für unterschiedliche Zielgruppen über die „Roadshows“ in den Filialen zum Produktstart bis hin zu den regelmäßigen individuellen Trainings und Workshops für die Mitarbeiter. Wenn der S-Privatkredit im Gedankengut der Mitarbeiter verankert ist, werden auch andere Produktsegmente davon profitieren.

**DSZ: Den Vorstand hat das Geschäftsmodell überzeugt. Wie haben Sie Ihre Mitarbeiter auf die Kooperation beim S-Privatkredit eingestellt?**

Kuhn: Grundsätzlich müssen alle Mitarbeiter den Weg mitgehen, damit unser Haus geschäftlich erfolgreich ist. Wir haben ein gestuftes Vorgehen gewählt, um in unterschiedlichen Veranstaltungen alle zu erreichen. Die Führungskräfte stehen hinter unserer Entscheidung für S-Kreditpartner, und alle Mitarbeiter sind sich bewusst, dass der Schritt geschäftspolitisch gewollt ist. Dennoch muss sich jeder Mensch neuen Themen intrinsisch nähern, um sie zu verwirklichen. Sicherlich wird es auch helfen, wenn die erste Kampagne zum S-Privatkredit läuft. Mit Werbedruck von außen und neugierigen Kunden lässt sich auch nach innen viel bewegen.

**DSZ: Welche Erwartungen stellen Sie an das Vertriebscoaching?**

Kuhn: Uns ist wichtig, dass die Mitarbeiter sich mit dem Konsumentenkredit beschäftigen, auch wenn es nicht jedes Mal zum Produktabschluss kommt. Die Coachings werden zu einer gewissen Routine im Vertrieb beitragen. Das ist wichtig, denn nur mit der notwendigen Routine geht man mit Freude an die Produktberatung heran. Mit der Trainingsbegleitung wird die Hürde, die es für die Vertriebsmitarbeiter zu nehmen gilt, leichter zu bewältigen sein. Das gilt insbesondere für jüngere Kollegen, denen die Coachingunterstützung den Einstieg ins Geschäft deutlich erleichtern wird. Am Ende ist es das wichtigste, dass der Berater mit seinem Kunden spricht und den Auto- und Konsumentenkredit im Sinne einer ganzheitlichen Beratung im Rahmen des Sparkassen-Finanzkonzepts berücksichtigt.

**DSZ: Was sind Ihre konkreten Ziele für die Zusammenarbeit mit S-Kreditpartner?**

Kuhn: Wir müssen, auch vor dem Hintergrund der aktuellen Refinanzierungssituation, das Geschäft verdoppeln, um die gleichen Erträge zu verwirklichen. Das trauen wir uns zu. Sicherlich wird es im ersten Jahr eine gewisse Anlaufphase geben. Aber wir sind uns einig, dass es in unserem Geschäftsgebiet einiges zu heben gibt, was wir bislang noch nicht gehoben haben. Wir schätzen das Potenzial auf ein Neugeschäft von 25 bis 30 Millionen Euro. Diese Geschäftschancen wollen wir mit S-Kreditpartner nutzen.

© DSGVO - <http://www.sparkassenzeitung.de> - „Die Angriffe von außen nehmen permanent zu“ - 31. Januar 2013 - 18:19