

## S-Kreditpartner

# Online-Geschäft läuft an Gruppe vorbei

Konsumentenkredite sind das ertragreichste Ankerprodukt. Der S-Kreditpartner arbeitet daran, dass die Sparkassen hier wieder Boden gutmachen.

Christoph Becker

Heinz-Günter Scheer und Jan Welsch, die Geschäftsführer des Berliner Verbundunternehmens S-Kreditpartner, ziehen im vierten Jahr nach der Gründung eine positive Bilanz. S-Kreditpartner arbeitet rentabel und schafft damit die Basis für weiteres Kreditwachstum.

Die mehr als 300 Partner-sparkassen des Unternehmens profitierten von der Kooperation durch kräftig wachsende Provisionsergebnisse im Auto- und Konsumentenkreditgeschäft, stellt Marktfolge-Chef Scheer im Gespräch mit dem Online-Magazin SPARKASSE fest. Allerdings sei „noch viel zu tun“, erklärt Vertriebschef Welsch mit Blick auf einen ernüchternden Verdrängungswettbewerb. „Sparkassenkunden schließen im Schnitt zwei Drittel ihrer Kreditverträge bei Wettbewerbern ab“, sagt Welsch. S-Kreditpartner biete die geeigneten Systeme



Jan Welsch

und Prozesse, um die Fremdkredite abzulösen, also die Kunden wieder in die Sparkasse zurückzuholen.

Wichtig sei vor allem, „dass ein Berater weiß, wie er den Kunden überhaupt auf seine Fremdkredite anspricht. Das trainieren wir in unseren Vertriebsunterstützungsprogrammen“, erläutert der Manager im Interview.

Vor etwa einem Jahr startete die Hamburger Sparkasse (Haspa) eine „Vollkooperation“ mit dem Unternehmen. Zwei Vertriebsmitarbeiter von S-Kreditpartner begleiten seitdem bei der Haspa die Einheiten im Marktbereich, im zentralen Marketing und bei der Vertriebsunterstützung.

„Unsere Wertschöpfung bleibt komplett in der Gruppe“, hebt Scheer hervor und verweist in dem Zusammenhang auch



Heinz-Günter Scheer

auf die Zusammenarbeit mit den öffentlichen Versicherern, dem Sparkassenverlag und der Finanz Informatik (FI). „Wir sind ein OSPlus-Institut“, sagt Scheer. Zurzeit werde

mit der FI eine spezielle Frontend-Anwendung für den Einsatz in den Sparkassen startklar gemacht.

## Auf der Suche nach Online-Vertriebsmodell

Kopfzerbrechen bereitet den Geschäftsführern und ihren Partnerinstituten, dass zehn Prozent des Neugeschäfts im Markt für Konsumentenkredite mittlerweile über das Internet laufen. Mehr als die Hälfte der Online-Kredite werde über Vergleichsportale wie Check24 vermittelt, stellt Welsch fest.



Über Vergleichsportale werden viele Auto- und Konsumentenkredite vermittelt. Viele Sparkassen suchen derzeit nach Möglichkeiten, um am überproportionalen Wachstum des Online-Kreditgeschäfts zu partizipieren. Foto: dpa

Die Sparkassen-Finanzgruppe sei bei diesem Thema „faktisch nicht vertreten“. Nach einem alle Vertriebswege umfassenden Geschäftsmodell für Auto- und Konsumentenkredite werde gemeinsam mit den Partnerinstituten gesucht.

Im Internetgeschäft gehe es „vor allem um Marketing und die Gestaltung des Vertriebsmodells“, sagt Scheer. Starke Wettbewerber, darunter die spanische Bank Santander, agierten im stationären und im Online-Geschäft mit unterschiedlichen Marken, um über eine ausdifferenzierte Preisgestaltung Kunden zu gewinnen. Den stati-

onären Vertrieb und die Präsenz in der Fläche halten beide Geschäftsführer für „enorm wichtig“, wenn auch kostenintensiv. Umso mehr komme es auf die Ertragslage an. Der Konsumentenkredit sei hier der ideale Aufhänger. Das Wissen der Sparkassen um die Kunden und ihre Bonität sei hoch, hinzu komme eine starke Marke. Das sei im stationären und im Online-Kreditgeschäft ein großer Vorteil für die Institute.

Lesen Sie das Interview mit Jan Welsch und Heinz-Günter Scheer im Online-Magazin SPARKASSE unter [sparkassenzeitung.de/kreditpartner](http://sparkassenzeitung.de/kreditpartner)

## Starkes Firmenkundengeschäft

**Nord/LB.** Die Landesbank zeigt sich zufrieden mit ihrer Geschäftsentwicklung in Sachsen-Anhalt.

Wir konnten unsere Marktposition bei Unternehmen in der Region weiter stärken“, sagte Nord/LB-Vorstandsmitglied Hinrich Holm. Gemeinsam mit den Sparkassen bleibe die Landesbank erste Adresse für maßgeschneiderte Finanzierungslösungen für den regionalen Mittelstand.

Auch in den anderen Geschäftsbereichen sei das erste Halbjahr 2014 erfolgreich verlaufen, insbesondere im Agrarbanking und bei der Finanzierung erneuerbarer Energien. Insgesamt ging das Finanzierungsvolumen der Nord/LB in Sachsen-Anhalt um 1,5 Prozent zurück. Das sei auf Sondereffekte in einzelnen Geschäftsbereichen zurückzuführen, beispielsweise auf die verbesserte Finanzsituation der Kommunen, erläuterte Holm.

### Kooperation mit Sparkassen ausgebaut

Insgesamt beläuft sich das Finanzierungsvolumen der Nord/LB bei Kunden mit Sitz in Sachsen-Anhalt auf etwa 4,2 Milliarden Euro. Weitere 1,4 Milliarden Euro wurden für Finanzierungen vergeben, bei denen der Sitz des Kunden außerhalb des Bundeslands liegt, etwa bei Tochtergesellschaften von Konzernen. Im Firmenkundenge-



Die Neubebauung des Magdeburger Domplatzes gehört zu den bedeutendsten Projekten der Nord/LB in Sachsen-Anhalt. Foto: dpa

schäft wurde die enge Zusammenarbeit mit den regionalen Sparkassen weiter ausgebaut. Die Finanzierungen erfolgen für alle Zweige der sachsen-anhaltinischen Wirtschaft, wobei die Schwerpunkte in den Branchen Versorger, Automobilzulieferer und Ernährungswirtschaft liegen.

„Alternativen zum klassischen Bankkredit wie Scheidendarlehen für Mittelständler gewinnen im Firmen-

kundengeschäft immer mehr an Bedeutung“, sagte Vorstand Holm. „Wir bieten unseren Kunden mit diesen Produkten einen ersten Zugang zum Kapitalmarkt und entlasten gleichzeitig unser Eigenkapital.“ Insgesamt habe sich der Wettbewerb im Firmenkundengeschäft zuletzt verschärft, wobei auch die zunehmenden Aktivitäten internationaler Finanzinstitute in Sachsen-Anhalt eine Rolle spielten. In der Woh-

nungswirtschaft werden die bundesweiten Geschäftsaktivitäten der Nord/LB von Magdeburg aus betrieben. Hier konnte das gesamte Geschäftsvolumen erstmals auf über 3,5 Milliarden Euro gesteigert werden. Zu den bedeutenden Projekten in Sachsen-Anhalt zählen die Neubebauung des Magdeburger Domplatzes und die Modernisierung Beimssiedlung in Magdeburg, eines der größten Flächendenkmale Deutschlands.

### Sinkender Kreditbedarf der Kommunen

Im Agrarbanking stieg das Geschäftsvolumen 2013 um knapp ein Prozent an. Die Volumina im Bereich regenerativer Energien waren dagegen leicht rückläufig. Da künftig mit einer Verschlechterung der Förderbedingungen gerechnet wird, sei die Nachfrage wieder gestiegen.

Der Rückgang des Finanzierungsvolumens im Bereich der öffentlichen Kunden um 18 Prozent sei das Ergebnis einer verbesserten Einnahmesituation der Kommunen und der vom Land Sachsen-Anhalt aufgelegten Programme zur Entschuldung von Kommunen. Der Kreditbedarf sei im Zuge dieser Entwicklung spürbar zurückgegangen. DSZ

## Welthandel trifft Mittelstand

**HSH Nordbank.** Für Deutschlands mittelständische Unternehmensgewinnen die Geschäftsbeziehungen mit der Asien-Pazifik-Region an Bedeutung. Viele Staaten der Region seien auf dem Sprung vom Entwicklungs- zum Schwellenland oder zur Industrialisation, sagten Teilnehmer an der 12. Podiumsdiskussion der Mittelstandsinitiative „Unternehmer Positionen Nord“ der HSH Nordbank in Hamburg.

Einigkeit zeigten die Experten darin, dass der globale Handel die wirtschaftliche Entwicklung im gesamten Bundesgebiet und insbesondere am Außenhandelsstandort Hamburg bestimmen werde. Prof. Thomas Straubhaar, Direktor des Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts, erklärte, die Globalisierung habe ihren Höhepunkt überschritten. Die Wachstumsraten des Welthandels könnten sich jetzt wieder verlangsamen. Stärkere inner-europäischen Wirtschaftsverflechtungen und intensivere transatlantische Handelsbeziehungen seien die richtige Reaktion auf diese Entwicklung.

„Reiner Handel ist nicht die Zukunft Europas“, sagte Straubhaar. „Wir müssen unser Geld mit dem Kopf verdienen und Mehrwert schaffen.“ RTL-Chefreporterin Antonia Rados sagte, Handelsabkommen mit den USA schützten Unternehmer nicht vor unruhigen Zeiten an den Rändern Europas. DSZ