

Bestandsaufnahme im Abgleich der DSGVO-Empfehlungen für das Konsumentenkreditgeschäft.

Wesentliche Erfolgsfaktoren des Projekts waren:

- > Teilnahme des Vorstands (mindestens teilweise)
- > Teilnahme verschiedener, aller betroffenen Hierarchien und Funktionen
- > durch offene/ehrliche Diskussionsrunden und extern geführte Moderation bereits am Analysetag erste, wertvolle Impulse für das Geschäft erhältlich
- > Lieferung der Ergebnisse noch am selben Tag
- > Anreicherung der Handlungsfelder aus dem Schnell-Check um eine vom SVBW vorgeschlagene Priorisierung
- > gemeinsame Abnahme der Ergebnisse aus dem Schnell-Check sowie der qualitativen und quantitativen Bewertung des Ratenkreditgeschäfts inklusive der Entscheidung bezüglich Ausgestaltung als bilanzwirksames oder provisionsorientiertes Geschäft im Team inklusive des Vorstands
- > Umsetzungshypothese des SVBW

#### Ausblick

Nachdem nun Klarheit über die noch offenen Baustellen und notwendigen Optimierungsansätze im bilanzeigenen Privatkreditgeschäft herrscht sowie eine standfeste Entscheidungsbasis gelegt ist, wird die Sparkasse Markgräflerland die Optimierung des eigenen Geschäfts in Angriff nehmen. Zu nennen wären dabei:

- > Setzen von anspruchsvollen Meilensteinen
  - > Abarbeiten der identifizierten Handlungsfelder i. R. dieser Meilensteinplanung
  - > Parallele Forcierung des Produkts S-Autokredit, der weiterhin über den Anbieter DL (bzw. SKP) bezogen wird
  - > Konsequentes Umsetzungscontrolling
- Für die Optimierung des eigenen Geschäfts haben wir die Möglichkeit, auf die Unterstützung des SVBWs zurückzugreifen.

Es gibt also einiges zu tun, die Weichen hierfür sind nun gestellt.

#### Fazit

Die Konsumentenkreditanalyse des SVBW hat für unsere Sparkasse die Grundlage geschaffen, um die oben genannten Entscheidungen treffen zu können. Das Beratungsangebot des SVBW können wir uneingeschränkt weiterempfehlen.

**Patrick Glünkin**  
Vorstand  
**Detlef Mayer**  
Vertriebsdirektor  
Sparkasse Markgräflerland



Die neue „S-Kreditpartner GmbH“ folgt den Grundsätzen der Sparkassen für eine verantwortungsvolle Kreditvergabe.

Corbis

#### SPARKASSEN BEKOMMEN KREDITSPEZIALISTEN

# Verbundpartner für Kredite

Seit Anfang des Jahres sind der Sparkassen-Privatkredit und der Sparkassen-Autokredit auf einer einheitlichen technischen Plattform verfügbar – ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur Gründung einer spezialisierten Kreditbank für die Sparkassen. Am 1. Juni geht die „S-Kreditpartner GmbH“ als neuer Verbundpartner an den Start.

Die Aufmerksamkeit der Sparkassen richtet sich wieder verstärkt auf eines ihrer Kerngeschäfte: das Konsumentenkreditgeschäft. Angesichts des Erfolgs von spezialisierten Wettbewerbern in den vergangenen Jahren sehen sich viele Häuser dazu gezwungen, ihr Geschäftsmodell in der Konsumentenfinanzierung zu überprüfen, und entscheiden sich daher für den Umstieg auf das Verbundpartnerangebot. Für provisionsbasierte Vermittlungsprodukte gilt dasselbe wie für eigene Produkte: Sie müssen den Bedarf der Kunden treffen. Zugleich muss die Partnerschaft für die Sparkasse profitabel und verlässlich sein.

Diese Ansprüche berücksichtigen und erfüllen Landesbank Berlin (LBB) und Deutsche Leasing (DL) bei ihrem spezialisierten Leistungspaket für das Auto- und Konsumentenfinanzierungsgeschäft der Sparkassen-Finanzgruppe. Damit unterstützen sie die Sparkassen dabei, ihr Neugeschäftsvolumen signifikant zu steigern und Marktanteile vom Wettbewerb zurückzuholen. Insgesamt bedeutet das mehr Ertrag für die Sparkassen.

#### Mit den richtigen Instrumenten erfolgreich

Die Entscheidung einer Sparkasse für die Produktpartnerschaft ist von vier wesentlichen Chancen getrieben:

- > Die Sparkasse profitiert von klaren Kreditentscheidungen – ohne eigenes Risiko. Die Mitarbeiter können sich ohne Vorbehalte auf Beratung und Verkauf konzentrieren.
- > Eine hochmoderne technische Infrastruktur unter OSPlus macht Fremdblösungen mit einem Mausklick möglich. Auf diese Weise holen die Partnersparkassen – ohne eigenes Risiko – nicht nur großvolumige Kredite, sondern auch die Kunden vom Wettbewerb zurück. Die Bearbeitung übernimmt der Verbundpartner.
- > Ein intensives Unterstützungspaket für Vertrieb und Marketing sorgt für mehr Motivation bei den Mitarbeitern und die nötige Aufmerksamkeit der Kunden. Von den erfolgreichen Vertriebsideen profitieren alle Sparkassen vor Ort (Best Practice).

> Die Kooperationspartner erhalten für ihre Vertriebsleistung eine attraktive Garantieprovision unabhängig von Zinsniveau und Konjunkturzyklus. Das gibt auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und bei volatilen Zinsen Sicherheit für die Planung.

Die Erfolge der Partnersparkassen von LBB und DL bestätigen, dass das Modell funktioniert. Dort, wo das Verbundprodukt Sparkassen-Privatkredit im Einsatz ist, wächst sichtlich das Geschäft. Sparkassen, die sich bereits für eine Zusammenarbeit entschieden haben, konnten ihr monatliches Neugeschäftsvolumen seither im Schnitt etwa verdoppeln. In der Regel stammt etwa ein Viertel des vermittelten Volumens aus der Ablösung von Fremdkrediten. Das zeigt, dass die Sparkassen ihre Marktanteile mit den richtigen Instrumenten tatsächlich zurückerobern.

Mit der Zusammenführung der Produktangebote zum Sparkassen-Privatkredit und zum Sparkassen-Autokredit auf einer technischen Plattform ist den beiden Verbundpartnern LBB und DL bereits ein kleiner Durchbruch gelungen: Zum ersten Mal gibt es für die Sparkassen-Finanzgruppe ein einheitliches Dienstleistungsangebot für das Auto- und Konsumentenfinanzierungsgeschäft.

**Kreditspezialist im Hintergrund**

Im Juni gründen DL und LBB gemeinsam die „S-Kreditpartner GmbH“ als spezialisierte Konsumentenfinanzierungsbank der Sparkassen. Zum Leistungsumfang zählt auch die Zusammenarbeit mit den Sparkassen im Segment Autohandel (Point-of-Sale-Geschäft von Firmenkunden).

Der Name der neuen Verbundbank ist Programm:

> Die „S-Kreditpartner“ gehört zur Sparkassenfamilie. Als Verbundpartner begegnet sie den Sparkassen auf Augenhöhe und fühlt sich den Grundsätzen und Werten der Gruppe verpflichtet. Sie macht nur solches Geschäft, das zu den Sparkassen passt. Das bedeutet auch: Der Grundsatz einer verantwortungsvollen Kreditvergabe ist in der Produkt- und Risikogestaltung fest verankert.

> Die „S-Kreditpartner“ ist Produktspezialist. Dabei geht es ausschließlich um Dienstleistungen rund ums Kreditgeschäft. Ihr Anspruch: bester Anbieter für die Sparkassen in diesem Segment sein.

> Die „S-Kreditpartner“ ist Dienstleister. Sie steht im Hintergrund und stellt alles bereit, was den Geschäftserfolg der Vertriebspartner beflügelt und den Bedarf ihrer Kunden deckt. Sie liefert die Instrumente – nicht mehr und nicht weniger. Direktes Geschäft mit Endkunden, auch Cross-Selling,

**Interview: Erfolgreiche Produktpartnerschaft**



**Unser Interviewpartner:**

**Ralph Ganz, stv. Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Karlsruhe Ettlingen**

*Sie haben sich für die Einführung des Provisionsprodukts der Landesbank Berlin (LBB) in Kooperation mit der Deutsche Leasing (DL) entschieden. Was waren die Gründe?*

Der Vertrieb des eigenen Sparkassen-Privatkredits verlief nur teilweise zufriedenstellend. Die Produktgestaltung traf den Bedarf des Kunden nicht vollständig, die Mitarbeiter empfanden die Beratungsanwendung wenig benutzerfreundlich und vertriebsorientiert. Hinzu kamen die Hemmungen, in eigener Verantwortung risikobehaftete Entscheidungen zu treffen. Vor diesem Hintergrund haben wir unser eigenes Geschäftsmodell auf die Probe gestellt. Die Entscheidung fiel für die Verbundpartnerschaft mit der LBB, später der S-Kreditpartner GmbH. Das Konzept hat uns einfach überzeugt.

*Das Verbundprodukt führten Sie sukzessive ab dem vierten Quartal 2010 in Ihrer Sparkasse ein. Wie verlief die Umsetzung?*

Die Einführung in den Filialen haben unsere Mitarbeiter gemeinsam mit den Kollegen der LBB sehr sorgfältig vorbereitet. Wir stellten den Filialleitern frühzeitig unsere strategische Zielsetzung und das Konzept vor. Die Mitarbeiterschulungen begannen stets mit einer Auftaktveranstaltung, anschließend folgten individuelle Coachingprogramme. Die intensive Begleitung der LBB-Vertriebstrainer gerade in der Anfangsphase nahmen unsere

Mitarbeiter sehr gut an. Die verantwortliche Stabsabteilung unterstützte die Einführungsphase mit regelmäßigen Reportings zur Vertriebssteuerung und tauschte sich laufend mit den Filialleitern und den Vertriebscoaches aus. Parallel haben wir das Produkt aktiv beworben und Kunden gezielt über eine Mailingkampagne angesprochen. So bald wie möglich möchten wir auch den Sparkassen-Autokredit über die einheitliche Plattform einbinden.

*Sie haben zu Beginn der Kooperation klare Ziele für Ihre Sparkasse definiert. Welche sind das?*

Wir haben uns zum einen strategisch klar positioniert: Ziel ist es, Kunden durch einen aktiven Vertrieb zu binden, Kunden vom Wettbewerb zurückzuholen sowie neue Kunden mit einem attraktiven Produktangebot zu akquirieren. Zum anderen wollen wir natürlich unsere Umsätze und Erträge steigern. Die Erfolge sind bereits heute sichtbar: Im Durchschnitt konnten wir das monatliche Neugeschäftsvolumen seit Kooperationsstart um mehr als das Doppelte steigern. Etwa ein Viertel entfällt auf Fremdblösungen von Wettbewerbern, zum Beispiel der Targobank oder Santander. Wir stellen fest: Unsere Sparkasse holt tatsächlich die Kunden ins eigene Haus zurück.

*Ab Juni heißt Ihr Verbundpartner „S-Kreditpartner GmbH“. Wie finden Sie das?*

Wir freuen uns, dass die Sparkassen-Finanzgruppe endlich einen spezialisierten Dienstleister für die Konsumentenfinanzierung aus dem Sparkassenverbund bekommt und damit die beiden Produktangebote Sparkassen-Privatkredit und Sparkassen-Autokredit sinnvoll zusammengeführt werden. Aus unserer Sicht ist die neue Bank der geeignete Partner, um den Sparkassen den Rückenwind zu verschaffen, den sie benötigen, um ihre Marktstärke im Konsumentenkreditgeschäft unter Beweis zu stellen.

ist daher ausgeschlossen: Der Kundenschutz für die Sparkassen ist dauerhaft gesichert.

Mit der Gründung der neuen Bank bleiben für die Sparkassen, die bereits jetzt mit DL oder LBB zusammenarbeiten, alle Merkmale des Leistungspakets erhalten. Für diejenigen Sparkassen, die bislang ausschließlich den Sparkassen-Autokredit der DL einsetzen, ist die Umstellung auf die neue, einheitliche Plattform jederzeit möglich.

Parallel zur Gründung der gemeinsamen Bank haben DL und LBB gegenüber

der WestLB ihr Interesse erklärt, die readybank ag zu erwerben. Die Beteiligten führen aktuell intensive Gespräche, um die Bündelung der Kräfte im Konsumentenkreditgeschäft der Sparkassen-Finanzgruppe voranzutreiben.

**Heinz-Günter Scheer**  
Leiter Geschäftsbereich  
Konsumentenfinanzierung,  
Landesbank Berlin AG

**Jan Welsch**  
Mitglied der Geschäftsführung,  
Deutsche Leasing Finance GmbH