

„Mit der Sparkassen Card Plus finden wir schon vor dem PoS statt“

Interview mit Ralf Braun



Der Ansatz, den Wettbewerb vom PoS zu verdrängen, war der falsche, meint Ralf Braun. Denn ist der Kaufwunsch, und damit der Finanzierungsbedarf erst konkret, ist es für die Hausbank im Grunde zu spät, sich zu positionieren. In diese Lücke stößt die Sparkassen Card Plus, mit der der Kreditrahmen gleichsam präventiv bewilligt wird. Die Erfahrungen der Sparkasse Spree-Neiße sind positiv. Ohne eine Kannibalisierung des klassischen Konsumentenkredits oder des Dispositionskredits habe man Marktanteile zurückgewonnen. Red.

bm Seit wann hat die Sparkasse Spree-Neiße die Sparkassen Card Plus in ihr Produktportfolio aufgenommen? Und welche Gründe sprachen aus Ihrer Sicht für die Einführung?

Die Sparkasse Spree-Neiße hat sich klar zu einer Intensivierung des Konsumentenkreditgeschäftes positioniert. Mit dem aktiven Vertrieb der Sparkassen Card Plus haben wir im Februar 2009 begonnen. Sie ist ein attraktives Produkt für den Privatkunden, mit der wir wichtige Marktanteile im Konsumentenkreditgeschäft zurückgewinnen können.

Jahrelang haben wir im Konsumentenkreditgeschäft schlicht nicht statt gefunden.

Die Wettbewerber hatten die Nase vorn: Sie verkauften dem Kunden den Kredit am Point of Sale. Der Kunde kam nicht mehr in die Sparkasse, um nach einem Kredit zu fragen.

Dieses Blatt hat sich mit der Sparkassen Card Plus gewendet. Der Kreditverkauf findet jetzt vor dem eigentlichen Konsum am PoS statt. Mit Einführung der Sparkassen Card Plus stärken wir nicht nur die finanzielle Freiheit unserer Kunden, sondern stellen uns auch demonstrativ hinter sie und ihre spontanen Kaufwünsche.

Die Sparkassen Card Plus ist eine kleine Revolution auf dem hart umkämpften



Rolf Braun, Mitglied des Vorstands, Sparkasse Spree-Neiße, Cottbus

Markt des Konsumentenkreditgeschäftes. Jetzt hat sich herausgestellt, dass der Ansatz, den Wettbewerb vom PoS zu verdrängen, der falsche war. Mit der Sparkassen Card Plus finden wir schon vor dem PoS statt – das ist der entscheidende Vorteil. Der Erfolg und die Akzeptanz bei unseren Kunden sind dafür der beste Beweis!

Wichtig sind einfache Prozesse, sowohl für den Kunden als auch für den Erfolg im eigenen Institut, wie zum Beispiel bei der Bereitstellung und dem abschließenden Verkauf der Karte über OS-Plus.

Ein entscheidender Punkt ist auch das attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis. Für dieses moderne Produkt liegt der Zinssatz in unserem Haus deutlich unterhalb der üblichen Zinssätze für Dispositionskredite und wir verzichten auf einen Bearbeitungspreis. Getreu dem Motto: Einfach, praktisch, fair.

Ein wesentlicher Vorteil bei der Einführung war, dass alle Mitarbeiter vorher selbst die Sparkassen Card Plus getestet haben. Aber auch der dreimonatige Mitarbeiterwettbewerb – als Startschuss für den Vertrieb – hat eine hohe Akzeptanz in unserem Haus hervorgerufen.

bm Die S-Kreditpartner GmbH hat die Aufgabe, den Sparkassen zu helfen, Marktanteile am PoS zurück-

zuerobern. Halten Sie das also für wenig aussichtsreich? Oder weshalb arbeiten Sie nicht mit der SKP zusammen?

Wir erwirtschaften unseren Deckungsbeitrag über unsere Geschäftsstrategie. Weitere Dienstleister werden daher nicht eingebunden. Das braucht die Sparkasse Spree-Neiße deshalb nicht, weil wir mit der Sparkassen Card Plus direkt in der Tasche des Kunden und damit weit vor dem Dienstleister präsent sind.

Wie positionieren Sie die Sparkassen Card Plus in Ihrem Produktportfolio?

Wir sehen die Sparkassen Card Plus als ideale Ergänzung zu den eigenen Kreditprodukten Dispo, Sparkassen-Privatkredit oder Kreditkarte. Sie passt ideal in unsere Girokontenfamilie und zur Sparkassen Card. Das Premium-Girokonto konnte durch eine preisfreie Bereitstellung der Karte gestärkt werden. Unsere Kernaussage zur Sparkassen Card Plus lautet: „Zusammen einfach besser“.

Wie grenzen Sie die Sparkassen Card Plus vom S-Privatkredit ab? Welchen Kunden bieten Sie das eine oder andere Produkt an?

Hauptzielgruppe sind unsere Bestandskunden zwischen 18 und 65 Jahren. Allerdings gibt es zwei wichtige Voraussetzungen: Erstens muss der Kunde die Sparkassen Card Plus nutzen wollen und zweitens natürlich auch den in Anspruch genommenen Kredit zurückzahlen können.

Bei der Einführung des Produktes haben wir zirka 9 000 Kunden mit sehr guter Bonität als potenzielle Nutzer mit jeweils individuellem Kreditrahmen ermittelt. Mittlerweile ist die Karte Standardprodukt in un-

seren Finanzcheckgesprächen und wird insbesondere den Nutzern unseres Premium-Kontos „Giro Comfort“ aktiv angeboten.

In unserer Geschäftsstrategie sind alle Produkte der Sparkasse Spree-Neiße klar definiert. Die jeweiligen Konditionen, der Verwendungszweck und auch die vorgesehene Zielgruppe sind eindeutig geregelt. Selbstverständlich sind regelmäßige Einkünfte und eine hinreichende Kapitaldienstfähigkeit grundlegende Voraussetzungen vor einer Kreditvergabe.

Dispositionskredite stehen unserem Kunden für kurzfristige, unplanmäßige Verfügungen auf dem Girokonto zur Verfügung. Die Höhe der Kreditlinie orientiert sich am durchschnittlichen Einkommen des Kunden. Sie sind nicht an einen festen Verwendungszweck gebunden und haben eine unbegrenzte Laufzeit.

Mit der Sparkassen Card Plus kann sich der Kunde spontan auch umfangreichere Konsumwünsche bis zur Höhe des vereinbarten Rahmenkredites erfüllen. Er hat seinen auf unbestimmte Zeit zugesicherten Kredit also jederzeit einsatz- und griffbereit in der Tasche.

Im Falle des Sparkassen-Privatkredites sprechen wir von einer planmäßigen Finanzierung, bei der der Zeitpunkt der Kreditbereitstellung bereits bekannt ist. Es werden sowohl feste Laufzeiten als auch Zinsen vereinbart. Der Kunde hat also eine konkrete Planung in der Hand.

Wie hat sich das Konsumentenkreditgeschäft der Sparkasse Spree-Neiße seit Einführung der Sparkassen Card Plus verändert?

Sehr positiv – wir konnten im Konsumentenkreditgeschäft Marktanteile zurückgewinnen. Vor der Produkteinführung haben wir festgestellt, dass unsere Kunden ein Volumen von rund 70 Millionen Euro an Konsumentenkrediten beim Wettbewerb unterhalten.

Dieses Volumen haben wir über die Jahre an Geschäft nicht realisiert. Daher lag der Fokus klar auf der Rückgewinnung des Konsumentenkreditgeschäftes. Aber mit der Sparkassen Card Plus haben wir natürlich auch ganz gezielt Neukunden angesprochen.

Die befürchtete Kannibalisierung mit dem Privatkredit und dem Dispokredit durch die Sparkassen Card Plus ist nicht eingetreten. Im Gegenteil, in beiden Bereichen verzeichnen wir leichte Zuwächse.

Die Reaktionen unserer Kunden auf das Produkt sind durchweg positiv. Besonders geschätzt sind die schnelle und unkomplizierte Bereitstellung der Karte, ihre hohe Akzeptanz und die flexible, einfache Handhabung. Überall, wo Kunden mit ihrer Sparkassen Card bezahlen, können sie jetzt auch ihre Sparkassen Card Plus einsetzen. Egal ob mit Bargeld oder mit Karte beim Wochenendeinkauf, beim Möbelkauf oder Kauf eines Kleinwagens – die Sparkassen Card Plus ist die Antwort auf alles. Die flexible Nutzung der Karte ohne weiteren Aufwand ist der Erfolgsfaktor schlechthin.

Wie viele Karten haben Sie bereits ausgegeben und wie werden diese eingesetzt?

„Die befürchtete Kannibalisierung mit dem Privatkredit ist nicht eingetreten.“

„Wir sehen die Sparkassen Card Plus als ideale Ergänzung zu den eigenen Kreditprodukten.“

„Wir konnten im Konsumentenkreditgeschäft Marktanteile zurückgewinnen.“

Seit Februar 2012 haben wir über 8 472 Karten an unsere Kunden ausgegeben. Dabei konnten wir ein Kreditvolumen von knapp 62,8 Millionen Euro zusagen und daraus per 31. Mai 2012 eine Inanspruchnahme von rund 28 Millionen Euro verzeichnen, mit weiter steigender Tendenz.

Dies zeigt sehr deutlich, dass die Sparkassen Card Plus durch unsere Kunden am Point of Sale aktiv eingesetzt wird. Zusätzlich konnte auch das Neugeschäft im Bereich Sparkassen-Privatkredit gesteigert werden. Beide Produkte sind für einen aktiven Vertrieb von Konsumentenfinanzierungen von Bedeutung. Wir konnten in unserer Sparkasse den Bestand an Konsumentenkrediten von 9,4 Millionen Euro 2008 auf 48,7 Millionen Euro 2011 – also um mehr als das Fünffache steigern.

Welche Erträge erwirtschaften Sie mit der Sparkassen Card Plus?

Mit der Sparkassen Card Plus haben wir erhebliches zusätzliches Konsumentenkreditgeschäft generiert. Auf Basis der aktuellen Inanspruchnahme bedeutet dies einen zusätzlichen Deckungsbeitrag in deutlich sechsstelligem Bereich.

Wie hoch liegt bei der Karte die Ausfallquote im Vergleich zum „normalen“ Konsumentenkredit? Und wie funktioniert bei der Sparkassen Card Plus das Risikomanagement? Zwischen Bonitätsprüfung und Kreditaufnahme kann doch einige Zeit vergehen, in der sich die Bonität durchaus verändern kann ...

Die Ausfallquoten bei Kreditprodukten für den privaten Gebrauch bewegen sich in sehr engen, überschaubaren Bahnen. Das wird unter anderem durch unsere verantwortungsvolle Kreditvergabe an Kunden mit entsprechender Bonität gewährleistet.

Diese wird außerdem regelmäßig überprüft.

Die Kundenberater haben stets direkten Kontakt zu den Kunden und ein enges Betreuungsverhältnis. Mögliche Überziehungen auf Konten werden täglich geprüft, Darlehensrückstände werden dem Kun-

denberater ebenfalls angezeigt. Außerdem gibt eine veränderte Scoringquote beim Kunden einen ersten Hinweis auf mögliche Negativentwicklungen. Wir arbeiten sehr nah an und mit unseren Kunden, sodass wir schnell und kurzfristig reagieren und mögliche Kreditausfälle schon im Vorfeld abwenden können. ■■■