

SPARKASSE ESSEN – INTERVIEW

Gut gelaufen

Hans Martz, Vorstandschef der größten Sparkasse des Ruhrgebiets, gewinnt mit überzeugenden Produkten und Beziehungsmarketing neue junge Kunden. Das Bonusprogramm S-Points hat sich bewährt. Die Tochtergesellschaft S-International Rhein-Ruhr werde sich breiter aufstellen.

SPARKASSE: Herr Martz, Sie haben im zurückliegenden Geschäftsjahr viele Jugendliche und Studenten als Giro-Neukunden gewinnen können. Wie gelingt das?

Hans Martz: Wir schulen unsere Jugend- und Studentenbetreuer besonders intensiv und unterhalten enge Kontakte zur Universität. Offenbar haben unsere Marketingmaßnahmen und Produktangebote viele Jugendliche begeistern können.

Für Ihre Jugend- und Studentenkonten fallen keine Gebühren an. Wie wird daraus ein Geschäft?

Martz: Hier greift unter anderem unser Bonusprogramm S-Points. Alle Girokunden, die zusätzliche Geschäfte mit uns machen und beispielsweise in ihre Altersvorsorge investieren, bekommen sogenannte S-Points, die sie gegen neue Produkte, Gutscheine oder Prämien eintauschen können.

Ist das Bonusprogramm auch für ältere Kunden interessant?

Martz: Ich glaube nicht, dass man mit S-Points ältere Kunden gewinnen kann, aber man kann die Geschäftsverbindung vertiefen. Ältere Bestandskunden verfügen oft über vergleichsweise hohe Einkommen und Vermögen und damit auch über mehr S-Points, die sie auch gern in Anspruch nehmen.

Welche Leistungen bieten Sie Ihren Gewerbetunden?

Martz: Wir bieten eine besondere Expertise im Bereich Förderprogramme. Gerade der Bereich öffentliche Förderung ist ein ziemlicher Dschungel, da braucht man spezielles Know-how. Hier investieren wir seit 20 Jahren regelmäßig in die Fortbildung unserer Mitarbeiter. Daher sind wir auch im Bereich Existenzgründung so nachhaltig erfolgreich.

Wünschen Ihre Firmenkunden auch alternative Finanzierungen?



Verzeichnet Zuwachs bei Giro-Neukunden:
Hans Martz, Vorstandschef der Sparkasse Essen. FOTO: SPK ESSEN

Martz: Wir merken, dass gerade im Mittelstand Mezzanine-Kapital zunehmend nachgefragt wird. Wir selbst bieten bereits seit 2006 erfolgreich ein Mezzanine-Programm an, das auch kleinere Unternehmen ab 50.000 Euro in Anspruch nehmen können.

Nehmen auch bei den Kommalkunden alternative Finanzierungen zu?

Martz: Die Kämmerei der Stadt Essen war bei Finanzierungsfragen schon immer bundesweit unterwegs. Das Thema wird aber vor dem Hintergrund der leeren öffentlichen Kassen sicher an Bedeutung gewinnen. Neben den klassischen Kommalkreditfinanzierungen finanzieren wir Projekte auch über Public-Private-Partnership. Mit einigen Mitgesellchaftern entwickeln wir beispielsweise Wirtschaftsstandorte wie die „Grüne Mitte Essen“.

Welche Dienstleistungen sind bei der S-International Rhein-Ruhr (SIRR) zurzeit nachgefragt?

Martz: Viele unserer Firmenkunden wollen zurzeit ihr Zinsergebnis stabilisieren und sichern. Hier gibt es spezielle Derivatmöglichkeiten, die unsere Tochtergesellschaft recherchiert und anwendet. Darüber hinaus dominiert das klassische Auslandsgeschäft und alles, was an Zahlungsverkehr, Zahlungssicherung sowie Finanzierung damit verbunden ist.

SIRR wurde 2004 von den Sparkassen Essen, Mülheim, Duisburg und Oberhausen gegründet. Ist das Konzept ausbaufähig?

Martz: Wir hoffen das. In Deutschland sind Kompetenzzentren für das Auslandsgeschäft in dieser Form selten. In der Sparkassen-Finanzgruppe gibt es zwar noch andere Formen der Zusammenarbeit im Auslandsgeschäft, diese umfassen aber nicht so viele Sparkassen wie unsere Lösung. In diesem Jahr werden wir alle Sparkassen, die bisher lediglich Kunden waren, als Eigentümer und Gesellschafter gewinnen. Wir können uns hier jetzt viel breiter aufstellen.

Wie sieht Ihre Online-Strategie aus?

Wir haben einen gut aufgestellten Bereich Online-Banking / Medialer Vertrieb und beobachten intensiv, was im Internet über die Sparkasse Essen geschrieben wird. Wir bieten auch einen Berater-Chat an. Kunden können mit unseren besonders geschulten Beratern unmittelbar Kontakt aufnehmen, ein Problem erörtern und klären. Wir sind auch in den wesentlichen sozialen Medien vertreten, agieren hier aber noch nicht als wirklicher Teilnehmer. Das wäre auch sehr aufwendig. ■

Das Interview führte Christoph Becker.

Weitere Infos: www.s-points.de, www.si-rr.de

„Wir merken, dass gerade im Mittelstand Mezzanine-Kapital zunehmend nachgefragt wird.“

Hans Martz