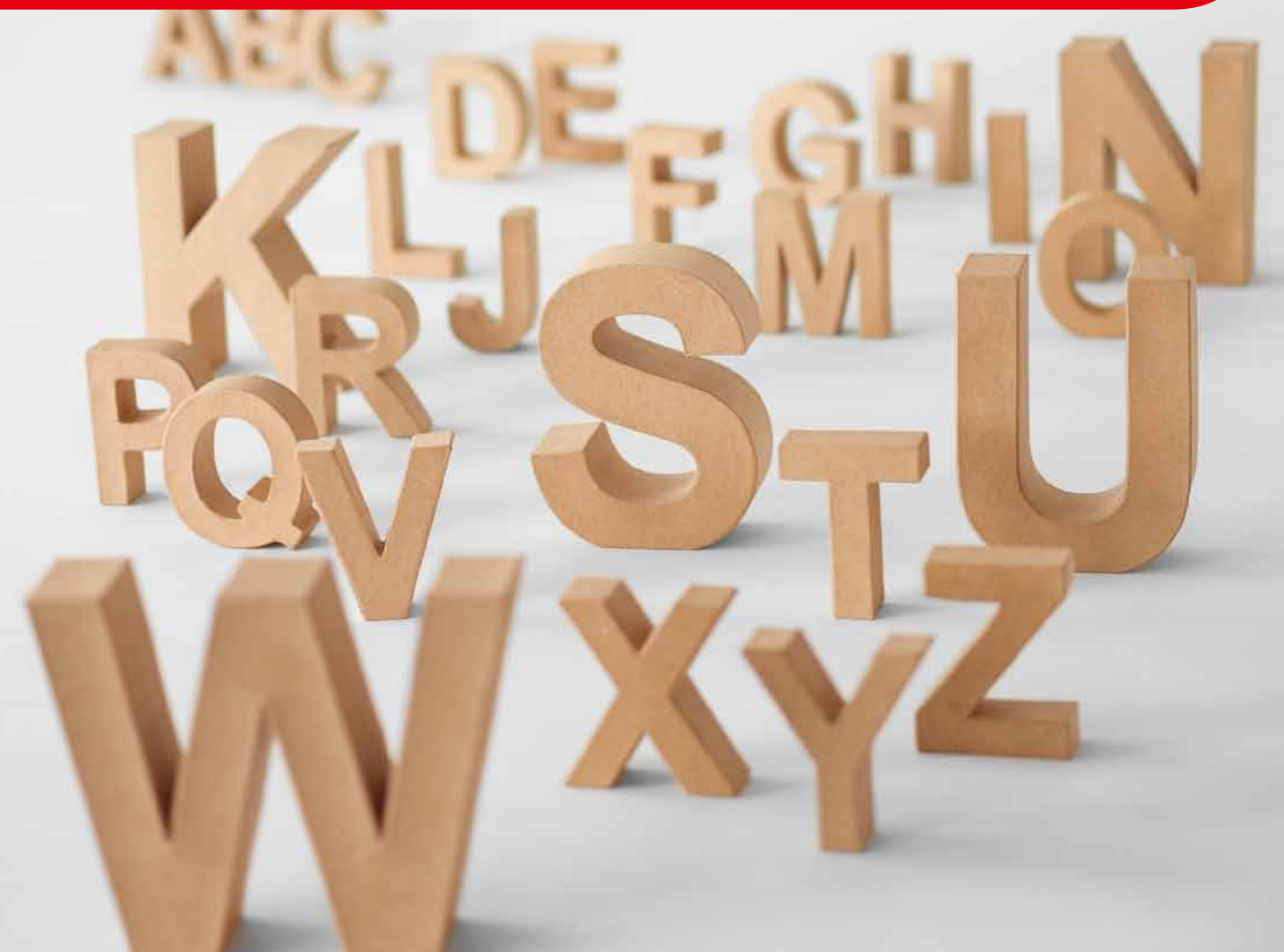


Vom Wert einfacher Worte

Geschäftsbericht 2011



The background of the slide features a collection of light-colored wooden letters scattered on a light blue surface. The letters are arranged in several rows, with some words clearly visible: 'SPAREN', 'KREDIT', 'REGGIO', 'VERBUNDEN', 'GEMEINW', and 'ERB'. The letters are slightly out of focus, creating a sense of depth.

Über Werte

Nehmen wir an, Sie sind Eigentümer eines großen Einfamilienhauses. Ihr Kollege fragt Sie, ob Sie sich nicht kleiner setzen wollen. Er hätte auch Interesse, Ihre vier Wände zu erwerben. Nur über den Preis müssten Sie sich noch einig werden. Sie überlegen: Was haben Sie damals gezahlt? Wie viel haben Sie seitdem investiert, wie hoch war die Inflationsrate? Sie rechnen und erhalten ein belegbares Ergebnis. Doch Sie zögern. Die Nachfrage hat den Preis für Wohnraum in Ihrem Ort über die letzten Jahre stark nach oben getrieben – da muss also noch mehr drin sein. Sie überlegen weiter: Mit den Nachbarn verstehen Sie sich bestens. Sie fühlen sich wohl in Ihrem Haus, es hängen viele glückliche Erinnerungen daran. Und wenn Sie ehrlich sind, können Sie sich gar nicht vorstellen, woanders alt zu werden. Kurz: Das Haus ist für Sie so wertvoll, dass Sie es niemals verkaufen werden.

So vielfältig sind Werte: materiell und immateriell. Berechenbar und unberechenbar. Objektiv und subjektiv. Persönlich, vielleicht sogar gesellschaftlich wichtig. Gegenständlich, schaffend oder umschreibend. Als Ziel oder Ergebnis, Maßnahme oder Handlungsweise. Mal eindeutig, mal wetteifernd oder auch in Konflikt stehend. Aber immer geben sie Sinn und Bedeutung – und damit Orientierung für das weitere eigene Tun.

Einen Einblick darin, wie die westfälisch-lippischen Sparkassen welche Werte geschaffen oder sich zum Ziel gesetzt haben, gibt dieser Geschäftsbericht.

„Die Sprache ist nicht das Mittel, die bereits erkannte Wahrheit darzustellen, sondern Möglichkeit, die zuvor unerkannte Wahrheit überhaupt zu entdecken.“

Wilhelm von Humboldt, 1767–1835

Sehr geehrte Damen und Herren,

swaps und spreads, floors und caps, cap floats und floor broker, forward rate agreements, futures und futures arbitrage, bespoke CSOs und window warrants: Sparkassenvertreter wissen, was das ist, keine Frage. Sie nutzen solche Produkte, wo es sinnvoll oder notwendig ist. Sie sind aber den Versuchungen derartiger „Finanzinnovationen“ nicht erlegen. Sparkassen bilanzieren auch nicht nach International Financial Reporting Standards, sondern nach dem Handelsgesetzbuch. Sie präsentieren ihren Stakeholdern keine „equity-story“, sondern reden mit den kommunalen Trägern über die Entwicklung der Sicherheitsrücklage. Sie verstecken sich nicht hinter rhetorischem Gewölk wie Management, Kreativität oder Initiative, sondern arbeiten und leisten.

Kurz: Worte wie Sparen, Kredit und Region, Wettbewerb, Verbund und Gemeinwohl sind für Sparkassen heute so bedeutend wie zu ihren Anfängen. Denn der Kern ihrer Geschäftstätigkeit ist seitdem derselbe geblieben: Es ging und geht darum, dass die sogenannten kleinen Leute ihr Ersparnis einer öffentlich-rechtlichen Institution anvertrauen. Und diese Institution macht das Geld wiederum für die Region nutzbar.

Beständigkeit schließt einen gesunden Wandel selbstverständlich nicht aus. Im Gegenteil: Sparkassen können nur im Wettbewerb bestehen, wenn ihre Kunden stets zufrieden sind. Und so kommt hin und wieder das eine oder andere Wort zur einfachen Sparkassensprache hinzu. Manche vorübergehend, andere dauerhaft. Angebote wie Eilüberweisung oder Blitzgiro, Autoschalter oder Bildschirmtext waren schnell wieder verschwunden. Dagegen haben sich das Online-Banking oder die Kreditkarte einen festen Platz im Wortschatz erobert. Manchmal wandeln sich auch nur die Bezeichnungen selbst: So ist für viele heute der Begriff Nachhaltigkeit eingängiger als der inhaltlich vergleichbare öffentliche Auftrag. Aber immer gilt: Sparkassen machen Geschäfte, die sie verstehen – und bleiben verständlich.

Die Grundlagen dessen sind vielfältig und keinesfalls herkömmlich: Grundsätze und Gesetze, Verpflichtungen und Überzeugungen bilden für Sparkassen einen vergleichsweise engen Rahmen, aus dem sie ihre nachvollziehbaren Ziele, Maßnahmen und Handlungsweisen ableiten. Zum Ausdruck kommt dies in den einfachen Worten, derer sie sich bedienen – und mit denen sie Werte schaffen, die eng mit der sozialen Marktwirtschaft verbunden sind: Werte wie Wirtschaftswachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand, Sparsamkeit, Verantwortung und Ordnung, Zufriedenheit, Vertrauen und Sicherheit. Zukunft.

Anders die vielfach unregulierte Finanzindustrie, die sich regelmäßig viele schwer verständliche „Finanzinnovationen“ zunutze macht: Ein Forschungsteam des Internationalen Währungsfonds und der UN-Konferenz für Handel und Entwicklung ist im Mai 2011 zu dem Ergebnis gekommen, dass die Finanzbranche zwar wichtig für das Wirtschaftswachstum ist. Ein Zuviel der Finanzwirtschaft bremst aber das Wirtschaftswachstum aus. Die kritische Grenze ist demnach erreicht, wenn das Kreditvolumen das Bruttoinlandsprodukt deutlich übersteigt und so den Bezug zur Realwirtschaft weitgehend verloren hat. In den USA beispielsweise war das Kreditvolumen im Jahr 2006 doppelt so hoch wie das Bruttoinlandsprodukt. In Deutschland dagegen lag es im selben Jahr um lediglich 13 Prozent darüber, in Nordrhein-Westfalen sogar nur um 5 Prozent. Im Ergebnis steht Deutschland und steht auch Nordrhein-Westfalen deshalb vergleichsweise stabil da: Die Finanzindustrie ist nicht zu groß, produzierendes Gewerbe hat seinen Platz behalten – und beides entwickelt sich Hand in Hand weiter.

Dazu tragen die westfälisch-lippischen Sparkassen einen wesentlichen Teil bei. Im Jahr 2011 sorgten sie mit Kreditzusagen in Höhe von 14,1 Milliarden Euro dafür, dass Unternehmen und Bürger viele Projekte in der Region verwirklichen konnten – ein Zuwachs von 376 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr und ein neuer Rekord, der Spekulationen um eine mögliche Kreditklemme beendet. Einen weiteren Höchstwert erzielten die öffentlich-rechtlichen Institute bei den Sparleistungen: Ihre Kunden hatten zum Jahresende 82,8 Milliarden Euro bei ihnen angelegt, rund 1,8 Milliarden Euro mehr als ein Jahr zuvor und eine sichere Grundlage, auch künftig jeden vertretbaren Kreditwunsch zu erfüllen. Darüber hinaus leisteten sie 132 Millionen Euro in Form von Spenden, Stiftungen und Ausschüttungen, zahlten gewinnabhängige Steuern in Höhe von 347 Millionen Euro und erzielten ein auskömmliches Jahresergebnis von 184 Millionen Euro. Allein diese wenigen Zahlen belegen: Die westfälisch-lippischen Sparkassen haben das gute Wachstum der nordrhein-westfälischen Wirtschaft in Höhe von 2,6 Prozent ebenso wie das Gemeinwohl verlässlich gestützt – und waren gleichzeitig selbst erfolgreich.

Staatsgründungen und Staatsuntergänge, Weltkriege, Währungsreformen, Wirtschaftskrisen, Finanzkrisen – all das haben Sparkassen überstanden. Zukunftsangst? Nicht bei ihnen. Sie gehen voller Zuversicht an ihre Arbeit, schaffen mit ihrem verständlichen, auf das Wesentliche bezogenen und beständigen Geschäftsmodell belastbare Ergebnisse, die vielen zugutekommen – und belegen jedes Jahr aufs Neue den Wert einfacher Worte.

Der Vorstand des
Sparkassenverbands Westfalen-Lippe



Rolf Gerlach

Präsident
Dr. Rolf Gerlach
Vorsitzender des Vorstands



Jürgen Wannhoff

Vizepräsident
Jürgen Wannhoff
Mitglied des Vorstands

Münster, im Mai 2012

Immer besser werden



■ D wie Dienstleister 6

Die Sparkasse Dortmund hat ihr Geschäftsstellennetz neu geordnet und gestrafft – und sich damit bestens aufgestellt, um auch künftig ein verlässlicher Dienstleister zu sein

Qualitätsoffensive
Gewissheit geben, in besten Händen zu sein 10

Projekt Demografie
Dem Wandel begegnen 11

Duales Bachelor-Studienprogramm
Beste Voraussetzungen für Karrieren im Vertrieb 12

Social Media-Strategie
Gut vernetzt starten 13

Kundenvorteile schaffen



■ N wie Nachhaltigkeit 14

Die Sparkasse Rietberg hat Unternehmen dabei unterstützt, gemeinsam mit der Stadt den ersten Klimapark Deutschlands zu errichten – und arbeitet nun rundum nachhaltig

Elektronisches Postfach
Sicher, verbindlich und schnell informieren 18

Kartenfunktion „girogo“
Eine Karte fürs Hochschulleben 19

Vertriebs-Check für das Firmenkundengeschäft
Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten 20

SparkassenCard Plus
Wünsche jederzeit erfüllen 21

Einsatz für das Gemeinwohl



■ F wie Finanzbildung 22

Die Stadtsparkasse Bocholt nutzt regelmäßig den Vortragsservice von „Geld und Haushalt“ – und trägt allein hiermit zur Finanzbildung von jährlich rund 600 Bürgern bei

Berufsnavigator
Orientierung für die berufliche Zukunft schaffen 26

Nacht der Bibliotheken
Orte der Begegnung bieten 27

Deutscher Bürgerpreis 2011
Das Ehrenamt stärken 28

Sparlotterie
Gutes ins Blickfeld stellen 29

Stark im Verbund



■ U wie Universalbank 30

Die Sparkasse Höxter bringt mit dem Sparkassenverband Westfalen-Lippe sowie der DekaBank das Wertpapiergeschäft nach vorn – und stärkt damit ihren Erfolg als Universalbank

LBS West
Weiter auf Wachstumskurs 34

Westfälische Provinzial
Neue Rekordwerte erzielt 35

WestLB AG
Gewachsene Zusammenarbeit erfolgreich gestärkt 36

DekaBank
Zusammenarbeit mit Sparkassen weiter ausbauen 37

Deutsche Leasing
Wirtschaftswachstum gab Rückenwind 38

DSV-Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag)
Im Kartengeschäft Maßstäbe setzen 39

Finanz Informatik
Meilenstein erreicht 40

dwpbank
Wertpapiergeschäft robust gestaltet 41

2011 im Überblick

■ Sparkassen und Verband – kurz notiert 42

Die westfälisch-lippischen Sparkassen und ihr Verband haben 2011 einmal mehr viel geleistet – für die Wirtschaft in der Region und die eigene Leistungsfähigkeit. Einige Zahlen vorweg

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
Robuste Konjunktur in Nordrhein-Westfalen 44

Geschäftsergebnis 2011
Westfälisch-lippische Sparkassen erwirtschafteten erneut ein auskömmliches Betriebsergebnis 46

Bilanz der westfälisch-lippischen Sparkassen 52

Mitgliedssparkassen in Westfalen-Lippe 54

Ansprechpartner des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe 55

Impressum 56

A man in a dark suit and glasses is smiling and holding a large, 3D brown letter 'D' on a white background. The letter is positioned to the left of the man, and he is holding it with his right hand. The background is a plain, light gray.

Uwe Samulewicz
Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Dortmund

Immer besser werden

D wie Dienstleister

In der Region erfolgreich bleiben

Auch wenn in der öffentlichen Diskussion manchmal das Gegenteil behauptet wird: Die Nähe zu den Kunden ist ein Wert, den sich Sparkassen in einem freien Markt eigenständig erarbeitet haben. Heute sind sie mit 25.700 Geldautomaten sowie 15.600 Filialen bundesweit und regional ausgewogen vertreten. Allein die westfälisch-lippischen Sparkassen stellen ihren rund 6 Millionen Kunden 1.455 Geschäftsstellen und 2.514 Automaten bereit. Das macht ihnen niemand nach.

Doch Nähe ist nie Selbstzweck – sie muss den Kunden und den Instituten nutzen. Daher müssen Sparkassen ihre Präsenz in der Fläche fortlaufend prüfen und sich bei Bedarf auf neue Entwicklungen ausrichten. So wie die Sparkasse Dortmund, die vor knapp drei Jahren ihr Geschäftsstellennetz neu ordnete und straffte. „Als verlässliche Dienstleister müssen sich Sparkassen heute so aufstellen, dass sie ihren Kunden morgen noch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten können“, erklärt Vorstandsvorsitzender Uwe Samulewicz.

„Sparkassen nutzen der Region nur dann dauerhaft, wenn sie Kundenorientierung und Betriebswirtschaft in Einklang bringen.“

Uwe Samulewicz, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Dortmund

Mit einer Bilanzsumme von 7,6 Milliarden Euro zählt die Sparkasse Dortmund zu den großen deutschen Sparkassen. In ihrem Geschäftsgebiet leben heute 580.000 Menschen. Das sind allerdings weniger als von den Stadtplanern in den 1960er Jahren vorausgesagt: „Damals hatte Dortmund noch 660.000 Einwohner. Die Stadt sollte bald die Millionengrenze knacken“, weiß Uwe Samulewicz, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Dortmund, zu berichten.

Ähnlich unerwartete Entwicklungen gibt es im gesamten Bundesgebiet. Und sie wirken sich auch auf die Infrastrukturen aus, die Sparkassen über Jahrzehnte aufgebaut haben: Nachdem das Bundesverwaltungsgericht im Jahr 1958 alle Kreditinstitute von Bedürfnisprüfung und Konzessionspflicht befreit hatte, erhöhten Sparkassen die Zahl der Geschäftsstellen sowie später der Automaten. Schließlich war und ist die Nähe zu den Kunden Voraussetzung für ihren Erfolg: Sparkassen stehen im freien Wettbewerb, dürfen aufgrund des Regionalprinzips die Geschäfte jedoch nur im Gebiet des kommunalen Trägers betreiben. Umso wichtiger ist es, dass sie die Kundenwünsche am Ort umfassend bedienen. Und so verfügten in den 1990er Jahren die einst rund 620 Sparkassen über 19.000 Filialen.

„Aber mit der Zeit ist die Bevölkerung nicht nur geschrumpft, sondern Kunden haben auch ihr Nutzerverhalten gegenüber der Sparkasse stark verändert und Stadtteile haben sich weiterentwickelt“, ergänzt Klaus Steenweg, Bereichsdirektor Kommunikation. Immer mehr Menschen kaufen in neu entstandenen Vorortzentren ein, wo sie viele Dienstleister auf einmal erreichen. Hinzu kommt: Bei den heute 426 Sparkassen erfolgen mittlerweile mehr als 90 Prozent der Auszahlungen über Automaten und 40 Prozent der Kunden nutzen das Online-Banking – Tendenz steigend. Dadurch sinken die Besucherzahlen in den Geschäftsstellen zusätzlich. Gleichzeitig bevorzugen Kunden größere Filialen und legen dabei Wert auf moderne Ausstattung. Außerdem sind die Betriebskosten für den Filialbetrieb ständig gestiegen. „Das alles fordert Sparkassen heraus. Denn auch bei uns müssen sich Dienstleistungen rechnen“, erläutert Uwe Samulewicz. „Gewinne zu erzielen, ist zwar nicht Hauptzweck. Es ist aber eine notwendige Bedingung. Wir bekommen – entgegen manch anders lautender Meinung – keine öffentlichen Gelder.“

Vor diesem Hintergrund beschloss die Sparkasse Dortmund im Jahr 2009, ihren stationären Vertrieb zu überarbeiten. Bedingung dafür waren eine flä-

chendeckende Präsenz und akzeptable Wege zur Geschäftsstelle. Im Ergebnis legte sie innerhalb von zehn Wochen 20 Geschäftsstellen mit anderen Filialen zusammen. Dabei wechselten Kunden und Berater jeweils gemeinsam in eine Nachbarfiliale. Während dieses für alle Markt-, Marktfolge- und Stabsbereiche arbeitsreichen und vielschichtigen Prozesses informierte die Sparkasse Mitarbeiter, Kunden und Öffentlichkeit stets zeitnah und ausführlich. „Es ist uns gelungen zu vermitteln, dass nach wie vor kein anderer Finanzdienstleister so stark in der Fläche vertreten ist wie wir mit unseren jetzt 53 Filialen und 175 Geldautomaten“, freut sich Klaus Steenweg. „Letztlich kommt es aber auch nicht auf die räumliche, sondern auf die gefühlte Nähe an. Und die schaffen bei uns knapp 1.000 Mitarbeiter im persönlichen Kundenkontakt – auch außerhalb der Öffnungszeiten“, ergänzt der Vorstandsvorsitzende.

Heute steht für die Sparkasse Dortmund deshalb fest: Der Schritt war richtig. In den größeren und moderneren Geschäftsstellen fühlen sich die Beschäftigten genauso wohl wie die Kunden. Durch die großen Teams sind in mehreren Geschäftsstellen verlängerte Öffnungszeiten möglich. Das Selbstbedienungsangebot hat die Sparkasse um 20 Automaten ausgebaut. Viele Filialen sind jetzt auch modernisiert und bieten eine erhöhte Sicherheit. Und vor Ort gibt es nun mehr Beratertage mit Spezialisten als vorher. „Wir geben unsere Erfahrungen gerne an andere Sparkassen weiter“, sagt Uwe Samulewicz. „Eine ideale Filialzahl gibt es aber nicht. Dafür sind die Strukturen der Institute zu unterschiedlich und die Entwicklungen in den Geschäftsgebieten weiterhin dynamisch.“



Klaus Steenweg, Direktor Kommunikation, im Gespräch mit Vertriebsmitarbeiterin Jennifer Matusik ...



... und Uwe Samulewicz, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Dortmund, ...



... in der neu entstandenen Filiale im Dortmunder Kreuzviertel.

Qualitätsoffensive

Gewissheit geben, in besten Händen zu sein

„Qualität entsteht im Auge des Betrachters“, bemerkte der irische Philosoph George Berkeley Mitte des 18. Jahrhunderts und bereitete damit der modernen Qualitätsforschung den Weg. Die heute noch grundlegende Erkenntnis bedeutet für Sparkassen: Um sich am Finanzmarkt als Qualitätsanbieter vom Wettbewerb abzuheben, müssen sie die von Kunden – bewusst oder unbewusst – erwarteten und wahrnehmbaren Qualitäten durchweg liefern. Wie ihnen das gelingen kann, haben sie im Jahr 2011 im Projekt „Qualitätsoffensive“ erarbeitet.

Umfragen und Testkäufe belegen: Für die Zufriedenheit von Kunden mit ihrer Sparkasse ist der persönliche Kontakt am wichtigsten. Eine herausragende Qualität von Beratung und Service trägt somit maßgeblich zum Erfolg bei. Vor diesem Hintergrund haben sich Sparkassen bereits vielfach mit Qualitätsfragen auseinandergesetzt. Allerdings fehlte bislang ein umfassender, schlüssiger Ansatz. Nun hat der Deutsche Sparkassen- und Giroverband gemeinsam mit den Regionalverbänden und 23 Sparkassen, darunter Arnsberg-Sundern und Attendorn-Lennestadt-Kirchhundem, im Projekt „Qualitätsoffensive“ erstmals alle wesentlichen Aspekte zusammengeführt.

Getreu der selbst gesetzten goldenen Regel „Berate Deine Kunden, wie Du selbst gern beraten werden möchtest“ haben sie den Qualitätsanspruch der Sparkassenorganisation in 18 Handlungsfeldern beschrieben. Ein Beispiel: Sie empfehlen Sparkassen, Kunden einer Filiale möglichst lange von denselben Beratern betreuen zu lassen. In einem ergänzenden Steckbrief haben die Projektmitglieder deshalb eine durchschnittliche Mindesteinsatzdauer der Filialmitarbeiter bestimmt. Um den Qualitätsstand messbar zu machen, schlagen sie vor, die Zugehörigkeit der Mitarbeiter zu den Filialen nachzuhalten. Falls Sparkassen den Standard noch nicht erreichen, sollten sie für die Karrierewege der Mitarbeiter Mindestzeiträume vorsehen und im Filialbetrieb Möglichkeiten zur Weiterentwicklung schaffen.

Darüber hinaus haben die Projektmitglieder die erfolgskritischen Faktoren zusammengetragen, die Sparkassen bei ihrer Qualitätsoffensive berücksichtigen sollten. Insbesondere stellen sie

fest, dass Qualität eine Querschnittsfunktion ist: Alle Beschäftigten müssen sich für Qualitätsfragen begeistern und sie mit Leben füllen. Diese Qualitätskultur können Sparkassen beispielsweise erreichen, indem sie Qualitätsziele in ihre Unternehmensstrategie aufnehmen oder ein Ideenmanagement einsetzen.

„Eine herausragende Qualität anzubieten, nutzt auf Dauer mehr als jede Vertriebsoffensive.“

Gerd Hagedorn, Gebietsdirektor der Sparkasse Arnsberg-Sundern

Wenn Sparkassen mit Maßnahmen wie diesen eine durchgängig überragende Qualität erzielen, können sie gegenüber den Kunden glaubhaft als Qualitätsanbieter auftreten. Ein Ansatz, mit dem sie sich dann in den Köpfen der Kunden als besonderer Finanzpartner verankern können, ist das in Westfalen-Lippe entwickelte Leistungsversprechen „Kein Produktverkauf ohne Beratung“. Hierbei bringen Sparkassen ihren Anspruch an eine faire Beratung in einer zweiseitigen Broschüre zum Ausdruck, die Berater ihren Kunden im Gespräch erläutern und als ihr persönliches Versprechen überreichen. Das kommt gut an: Vier von fünf Kunden begrüßen das Versprechen. Es fördere das Vertrauen und mache die Sparkasse sympathischer – und trage so zu ihrer Zufriedenheit bei.

Projekt Demografie

Dem Wandel begegnen

Deutschlands Bevölkerung schrumpft, wird älter und lebt wieder bevorzugt in größeren Städten – in groben Zügen sind diese Erkenntnisse mittlerweile altbekannt. Nun arbeiten die westfälisch-lippischen Sparkassen im Projekt „Demografie“ heraus, wie sie sich auf diese Entwicklungen einstellen und sie möglichst gut auffangen können.

Fest steht: Der demografische Wandel wirkt sich nicht allein auf Infrastruktur und Sozialkassen, sondern auch auf Sparkassen aus. In wenigen Jahrzehnten werden sich Wirtschaftskraft, Kundenschaft und Mitarbeiterbestand für sie deutlich anders darstellen. Allerdings liegen Vorhersagen bislang oft nur auf Landes- oder kommunaler Ebene vor, so dass Sparkassen die Folgen für ihr Geschäftsgebiet nur schwer einschätzen können. Außerdem fallen die Veränderungen regional sehr unterschiedlich aus und fordern jedes Institut anders heraus, was mehrere Handlungsansätze erforderlich macht. Und nicht zuletzt verstärkt der demografische Wandel die Dynamik von weiteren, ebenfalls schwer zu überschauenden Entwicklungen wie einer abnehmenden Kundentreue, neuen Technologien und einer zunehmenden Regulierungswut auf staatlicher und aufsichtsrechtlicher Ebene.

Klarheit in die Lage bringt jetzt das vom Obleute-Ausschuss der westfälisch-lippischen Sparkassen im Jahr 2011 beauftragte Projekt „Demografie“. Die beteiligten Sparkassen Dortmund, Hagen, Herford, Lippstadt, Siegen und Wittgenstein haben gemeinsam mit dem Sparkassenverband Westfalen-Lippe und einer Unternehmensberatung ein Simulationsmodell entwickelt, das makro- und mikroökonomische Größen sowie Marktdaten der Sparkassen zusammenträgt. Auf dieser Grundlage hat das Modell den demografischen Wandel in der Region prognostiziert und die Entwicklung der Kundenzahlen, der Bestände sowie der Erträge für das in die einzelnen Segmente unterteilte Privatkundengeschäft auf Einzelinstitutsebene abgeleitet.

Um den unterschiedlichen Ergebnissen gerecht zu werden, haben die Projektpartner die westfälisch-lippischen Sparkassen anschließend in vier Gruppen mit ähnlichen Herausforderungen untergliedert und für jede dieser Gruppen Chancen und Risiken des demografischen Wandels bewertet.

Bis zum Sommer 2012 bereiten sie nun Maßnahmenpakete und Lösungshilfen vor, mit denen die Institute den Herausforderungen eigenständig begegnen können.



„Die Kinder, die heute hier spielen, möchten wir gerne auch morgen noch betreuen dürfen.“

Tanja Herdlitschke, Abteilungsleiterin Marketing der Sparkasse Siegen

Ab Herbst 2012 kommen die Projektergebnisse bei allen westfälisch-lippischen Sparkassen zum Einsatz. Auch die Verbundpartner LBS West und Westfälische Provinzial sind von den Ergebnissen begeistert und überlegen, sich am Projekt zu beteiligen – schließlich stellt der demografische Wandel die gesamte Sparkassenorganisation vor vergleichbare Herausforderungen.

Duales Bachelor-Studienprogramm

Beste Voraussetzungen für Karrieren im Vertrieb

Auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt ist ein „Kampf um Talente“ entbrannt: Die Zahl der Schulabgänger sinkt seit Jahren, während sich immer mehr junge Leute für ein Studium entscheiden. Wie alle Unternehmen sind deshalb auch die westfälisch-lippischen Sparkassen gefordert, verstärkt um leistungsstarke Nachwuchskräfte zu werben. Mit dem zum Wintersemester 2010/2011 gestarteten „Dualen Bachelor-Studienprogramm“ haben sie nun ihre Attraktivität als Ausbilder und Arbeitgeber nochmals gesteigert und beste Voraussetzungen für Karrieren im Vertrieb geschaffen.

Bankkaufmann, Sparkassenbetriebswirt und Bachelor of Science in einem – das bietet das „Duale Bachelor-Studienprogramm mit der Spezialisierung Beratung und Vertrieb“, das die Westfälisch-Lippische Sparkassenakademie zusammen mit der Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe entwickelt hat. Seit dem Start des neuen Programms zum Wintersemester 2010/2011 haben sich bereits 55 Auszubildende und Mitarbeiter aus 23 westfälisch-lippischen Sparkassen eingeschrieben. Sie studieren nun neben ihrer Ausbildung oder berufsbegleitend neun beziehungsweise acht Semester. Auf dem Lehrplan stehen sämtliche Inhalte eines betriebswirtschaftlichen Studiums, angefangen bei allgemeiner Volks- und Betriebswirtschaftslehre über bankfachliche Themen bis hin zu speziellen Anforderungen in Beratung und Vertrieb von Sparkassen.

Die Studieninhalte sind in 34 Lerneinheiten, sogenannten Modulen, zusammengefasst. Jedes Modul besteht aus einem Selbststudium und einer ein- bis zweitägigen Veranstaltung. Dabei vermittelt die Westfälisch-Lippische Sparkassenakademie die Inhalte von 20 Modulen. Die Hochschule führt 14 Module durch und verantwortet

die Bachelor-Arbeit sowie das abschließende Kolloquium. Darüber hinaus können sich die Studierenden auf der Internetlernplattform der Hochschule fortlaufend mit den Lehrkräften austauschen und auch untereinander Fragen per Mail sowie über Chatrooms und Diskussionsforen klären. Am Ende eines jeden Semesters prüfen Akademie und Hochschule den Lernerfolg.

Die bisherigen Zwischenergebnisse sind ebenso vielversprechend wie die Rückmeldungen der Studierenden und der beteiligten Sparkassen – so wie in der Kreissparkasse Steinfurt, die mittlerweile sechs Auszubildende studieren lässt. Vor allem die Beratungs- und Vertriebsmodule, die praxiserfahrene Dozenten gestalten, bereiten die Nachwuchstalente bestens auf die anspruchsvollen Aufgaben in den Markt Bereichen vor – und machen gleichzeitig Lust auf Karriere im Vertrieb.

„Das Duale Bachelor-Programm überzeugt und begeistert zugleich.“

Reinhard Stallmeier, Ausbildungsleiter der Kreissparkasse Steinfurt (Mitte), im Kreise der ersten sechs Bachelor-Studenten der Sparkasse



Social Media-Strategie

Gut vernetzt starten

„Bin ich schon drin oder was?“, wunderte sich Boris Becker noch Ende der 1990er Jahre über einen schnellen stationären Zugang ins World Wide Web. Gut ein Jahrzehnt später hat sich das Netz zu einem Massenmedium entwickelt, das jeder Nutzer nahezu überall aufrufen und noch dazu gestalten kann. „Wo und wie machst Du schon mit?“, lautet nun die Frage, der sich auch Sparkassen stellen müssen. Erste Antworten haben sie im Projekt „Social Media-Strategie“ entwickelt.

Immer mehr Menschen tauschen Wissen und Erfahrungen, Meinungen und Eindrücke auf Internetplattformen aus. Für Sparkassen, die seit jeher nah bei ihren Kunden und den Bürgern am Ort sein wollen, kann ein eigenständiger Auftritt bei diesen „Mitmach-Medien“ daher eine sinnvolle Fortschreibung ihrer Kommunikations- und Online-Strategie sein. Über Erfolg versprechende Ansätze haben sich von September 2010 bis März 2011 zwölf in diesem Bereich bereits aktive Institute gemeinsam mit Regionalverbänden unter der Leitung des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands im Projekt „Social Media-Strategie“ ausgetauscht und Empfehlungen zur Vorgehensweise erarbeitet.

Für die Projektbeteiligten steht fest, dass ein Einsatz in den sozialen Medien eine Strategie im Hinblick auf eine klar umrissene Zielgruppe sowie eine ausgeprägte Bereitschaft zu Offenheit, Glaubwürdigkeit und Dialog benötigt. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann ein eigener Auftritt die Unternehmensziele unterstützen – so wie bei der Sparkasse Westmünsterland, die seit Mai 2011 im Netzwerk Facebook aktiv ist. Unter der Überschrift „Bild.Dich.Aus“ erhalten potenzielle Bewerber Informationen und Eindrücke rund um die Ausbildung in der Sparkasse. Vor allem die dort eingestellten Fotos und Videos sind bei den Nutzern beliebt – und geben einen aufschlussreichen Blick hinter die Kulissen, wie ihn ein Vorstellungsgespräch allein nicht bieten kann.

Für Sparkassen, die einen solchen Schritt demnächst noch gehen wollen, haben die Teilnehmer des Projekts „Social Media-Strategie“ verschiedene Hilfsmittel erarbeitet: Ein Quick Check zeigt die wesentlichen Punkte auf, die vorab geklärt sein sollten. Ein Werkzeugkasten hilft, Plattformen markenkonform zu gestalten. Überregionale Inhalte können Sparkassen über einen Verer-

bungsprozess für ihren Auftritt bei Facebook oder Twitter nutzen. Musterrichtlinien unterstützen Mitarbeiter sowohl beim dienstlichen als auch beim privaten Gebrauch von sozialen Netzwerken. Sämtliche Projektergebnisse sind zudem in einem Handbuch zusammengefasst.

Unabhängig von einem eigenen Auftritt empfehlen die Projektteilnehmer allen Sparkassen, die Äußerungen von Kunden und Öffentlichkeit mittels eines Monitorings nachzuvollziehen. Auf diese Weise erhalten sie wertvolle Hinweise, wie sie noch besser werden können, oder haben die Gelegenheit, auf kritische Äußerungen mit Argumenten zu reagieren. Aber zuallererst gilt es, die Möglichkeiten des Online-Vertriebs im Rahmen des Multikanalansatzes zu nutzen – schließlich bildet dieser die Grundlage des Sparkassengeschäfts im Internet.

„Mit diesem ersten Schritt ins ‚digitale Wohnzimmer‘ sammeln wir Erfahrungen im Hinblick auf künftige Social Media-Angebote.“

Robert Klein, Leiter Kommunikation und Medien der Sparkasse Westmünsterland



Sandra Peitzmeier
Baufinanzierungsberaterin der Sparkasse Rietberg

Kundenvorteile schaffen

N wie Nachhaltigkeit

Öffentlichen Auftrag zeitgemäß verwirklichen

Das Thema Nachhaltigkeit ist aus der Finanzbranche nicht mehr wegzudenken. „Welche Produktklassen mit ethischen, sozialen und ökologischen Anlagekriterien bieten Sie an, welche planen Sie?“, fragte beispielsweise ein Verbrauchermagazin im Sommer 2011. Was solche Umfragen aber ausblenden: Diese Kriterien sind nirgends verbindlich beschrieben. Außerdem steigen auch die moralischen Anforderungen an das Geschäftsgebaren von Kreditinstituten selbst – das ist aber meist schwer zu beurteilen. Somit bleibt Nachhaltigkeit ein nebulöser Begriff. Mit einer Ausnahme: Immer ist ein langfristig orientiertes Handeln gemeint.

Dass Sparkassen in diesem Sinne handeln, haben sie längst bewiesen. Seit zwei Jahrhunderten erfüllen sie erfolgreich ihren öffentlichen Auftrag: Sie investieren die Gelder ihrer Kunden wieder in die Region und setzen die erzielten Gewinne für das Gemeinwohl ein. Dennoch stellt sie das wachsende öffentliche Bewusstsein für Nachhaltigkeit vor neue Aufgaben. Sie sind gefordert, Produkte und Kommunikation verstärkt auf die technischen und die gesellschaftlichen Entwicklungen unter dieser „Dachmarke“ auszurichten. So wie die Sparkasse Rietberg: Sie hat die Landesgartenschau 2008 maßgeblich begleitet, aus der 2011 der erste deutsche Klimapark hervorgegangen ist. Beraterin Sandra Peitzmeier ist begeistert: „So wird Nachhaltigkeit erlebbar. Das nutzt der Region, unseren Kunden und auch unserem Haus.“

„Den öffentlichen Auftrag zeitgemäß zu verwirklichen, ist Pflicht und Chance zugleich.“

Walter Löhner, Leiter Firmenkunden- und ImmobilienCenter und Vertreter des Vorstands der Sparkasse Rietberg

Die Energiewende kommt – und mit ihr ein gewaltiger Finanzierungsbedarf: Nach aktuellen Schätzungen der Sparkassen sind allein bis zum Jahr 2020 für alternative Energien, Netzinfrastrukturen und -übernahmen sowie energetische Sanierungen deutschlandweit Investitionen von mehr als 300 Milliarden Euro nötig. Sparkassen stehen bereit, diese am Ort aus Kreditmitteln zu finanzieren oder Kapital über Beteiligungsmodelle zu mobilisieren. Dabei hängt der Erfolg eines nachhaltigen Produktangebots nicht von der Größe der Sparkasse ab, wie ein Beispiel aus Ostwestfalen belegt: Die mit einer Bilanzsumme von 397 Millionen Euro und 100 Mitarbeitern vergleichsweise kleine Sparkasse Rietberg hat Unternehmen aus der Region mit Finanzierungen und Beratung dabei unterstützt, gemeinsam mit der Stadt den ersten Klimapark Deutschlands zu verwirklichen.

Nach dreijähriger Vorbereitungszeit öffneten sich im Juli 2011 die Pforten zu einem Areal, das Erholung genauso bietet wie Informationen über Techniken und Möglichkeiten zum Klimaschutz. „Das Projekt beweist einmal mehr, dass Kommunen, Unternehmen und nicht zuletzt die Sparkassen gemeinsam auch eine ökologisch nachhaltige Zukunft gestalten können“, freut sich Walter Löhner, Leiter Firmenkunden- und ImmobilienCenter und Vertreter des Vorstands der Sparkasse Rietberg.

Baufinanzierungsexpertin Sandra Peitzmeier bindet den Klimapark gerne in ihre Beratungsgespräche ein. „Vieles von dem, was dort gezeigt wird, können unsere Kunden bei Hausbau oder Sanierung berücksichtigen.“

Energetische Projekte wie dieses sind für Sparkassen jedoch keine neue Geschäftsstrategie, sondern zeitgemäße Fortschreibung ihres seit 200 Jahren verwirklichten öffentlichen Auftrags: Er verpflichtet Sparkassen, im Gebiet ihres kommunalen Trägers einen umfassenden kreditwirtschaftlichen Leistungskatalog flächendeckend und ohne Einschränkungen anzubieten. Sie haben zu einer ausgeglichenen räumlichen Wirtschaftsstruktur beizutragen, die kommunalpolitischen Ziele zu unterstützen und den Wettbewerb im Kreditgewerbe zu beleben. Im Mittelpunkt ihres Wirkens steht die Förderung des Sparens und der Finanzbildung. Gewinne sind notwendig, aber niemals Hauptzweck, und sie kommen wieder dem Gemeinwohl zugute.

Aus diesem öffentlichen Auftrag heraus ist der Erfolg der Sparkassen aufs Engste mit dem Wohlergehen der Region verbunden. Daher gehen Sparkassen seit jeher verantwortungsvoll mit den dort vorhandenen unternehmerischen und sozialen Ressourcen um. Wenn sie nun auch – wie in

Rietberg – mit neuen Produkten und Initiativen verstärkt zum Schutz des Ökosystems beitragen, arbeiten sie im besten Sinne des Wortes rundum „nachhaltig“: Immer gilt es, den Anliegen der aktuellen Generation zu entsprechen, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden.

Das wachsende öffentliche Bewusstsein für Nachhaltigkeit stellt den Sparkassen aber nicht nur Aufgaben, sondern bietet auch kommunikative Möglichkeiten – vorausgesetzt, sie machen ihren Einsatz unter dieser „Dachmarke“ erlebbar: Ein Berater empfiehlt nachhaltige Energieeffizienzmaßnahmen nochmals glaubwürdiger, wenn er auf die Solaranlage auf dem Filialdach oder eben einen Klimapark verweisen kann. Viele Firmenkunden sind außerdem bereit, die erfolgreiche Finanzierung eines Projekts bekannt zu machen – das verschafft den Sparern wichtige Einblicke, welchen Nutzen ihr Geld der Region bringt, und verdeutlicht gleichzeitig die Rolle der Sparkasse im Rahmen nachhaltigen Wirtschaftswachstums. Auch Aktionen von Mitarbeitern wie ein gemeinsames Engagement für soziale Einrichtungen verbindet die öffentlich-rechtlichen Institute einmal mehr mit den Bürgern am Ort. Mit diesem aus der eigenen Identität hervorgehenden Wirken können Sparkassen auch für sich neue Werte schaffen.

„Sparkassen müssen ihr über Spenden, Stiftungen und Sponsorings weit hinausgehendes verantwortungsvolles Handeln für die Region künftig noch plakativer machen“, ist Walter Löhner überzeugt. „Dann gelingt es uns, auch als ‚Nachhaltigkeitsbank‘ oder ‚Social Bank‘ wahrgenommen zu werden und uns vom Wettbewerb abzusetzen.“ Die Sparkasse Rietberg wird deshalb den Weg weitergehen und ihren Einsatz für energieeffiziente Neu- und Altbauten erweitern: Baufinanzierungsberaterin Sandra Peitzmeier hat sich bereits mit fünf Kollegen sowie 31 Fachleuten aus Planung, Energieberatung und Baugewerbe zu einem Energiespar-SCOUT ausbilden lassen. Die E-SCOUTs begleiten jetzt ihre Kunden nach gleichen Standards fachkundig, verständlich und praktikabel zum herausfordernden Thema Nachhaltigkeit. Die Presse berichtete bereits.



Der Klimaschutzbeauftragte der Stadt Rietberg, Rüdiger Ropinski, führt ...



... Walter Löhner, Leiter Firmenkunden- und ImmobilienCenter der Sparkasse Rietberg, und ...



... Sandra Peitzmeier, Baufinanzierungsberaterin, durch den Klimapark Rietberg.

Elektronisches Postfach

Sicher, verbindlich und schnell informieren

Ein Urlaub ohne Postkartengrüße in die Heimat? Die früher allgegenwärtige Postkarte wird heute zumeist durch SMS, MMS oder Videos ersetzt. Der Austausch zwischen Sparkasse und Kunde ohne Brief und Telefon? Auch das ist keine Zukunftsmusik mehr, sondern mit dem elektronischen Postfach (ePostfach) bereits möglich. Derzeit arbeiten die westfälisch-lippischen Sparkassen gemeinsam mit dem Sparkassenverband Westfalen-Lippe daran, möglichst viele Kunden vom neuen Informationsweg zu überzeugen.



eine herkömmliche E-Mail ist nicht möglich: Sie gleicht rechtlich dem Versand einer Postkarte und ist für die Übermittlung wichtiger Dokumente nicht zulässig.

„Mit dem ePostfach vermeiden Sparkassen und Kunden unnötigen Papierverbrauch.“

Christoph Zimmermann, Referatsleiter Medialer Vertrieb – electronic banking der Sparkasse Vest Recklinghausen

Einen tagesaktuellen und noch dazu ebenso sicheren wie verbindlichen Informationsweg bietet dagegen das ePostfach, das die Finanz Informatik im Jahr 2008 innerhalb des Online-Banking erstmals eingerichtet und seitdem in Hinblick auf die Funktionen stark ausgebaut hat: Sobald im ePostfach neue Unterlagen zum Abruf bereitstehen, erhalten Kunden einen Hinweis im Online-Banking und auf Wunsch ergänzend eine E-Mail. Ob sie die aufgerufenen Unterlagen ausdrucken oder abspeichern wollen, entscheiden sie nach Bedarf. Und falls sie einmal vergessen, die Dokumente abzurufen, können die Sparkassen diese weiterhin auf dem Postweg zustellen.

Doch so einfach und einleuchtend dies auch klingen mag – viele Kunden haben die Vorteile eines elektronischen Briefkastens bislang noch nicht für sich entdeckt und dem Einsatz des ePostfachs deshalb noch nicht zugestimmt. Diese Hürde wollen die westfälisch-lippischen Sparkassen jetzt nehmen: Gemeinsam mit ihrem Verband und der Finanz Informatik erarbeiten sie neue Prozesse und vertriebliche Maßnahmen. Dass sich der Einsatz lohnt, beweist die Sparkasse Vest Recklinghausen: Ihre Kunden haben mittlerweile 10.000 ePostfächer für Kontoauszüge freigeschaltet – und tragen auf diese Weise dazu bei, jährlich über 250.000 Blatt Papier einzusparen.

Drei Viertel aller Deutschen nutzen mittlerweile das Internet, um sich zu informieren, sich auszutauschen oder Geschäfte abzuwickeln. Für diese Entwicklung ist die Sparkassenorganisation gut aufgestellt: Mit der Internetfiliale 5.0 deckt sie alle Anforderungen an einen zeitgemäßen Webauftritt ab. Und mehr als 40 Prozent der Sparkassenkunden sind bereits für das Online-Banking freigeschaltet. Trotzdem überwiegt in der Kommunikation noch immer das Papier: Kontoauszüge, Kreditkartenabrechnungen, Wertpapierdokumente und Vertragsdurchschriften gehen nach wie vor über den klassischen Postweg an den Kunden. Mit allen Nachteilen, die damit verbunden sind: Es dauert, bis die Unterlagen ankommen. Der Papierverbrauch belastet die Umwelt. Und den Sparkassen entstehen bundesweit Kosten in dreistelliger Millionenhöhe. Doch ein Ersatz durch

Kartenfunktion „girogo“

Eine Karte fürs Hochschulleben

Studenten sind vielleicht nicht reich, ihre Geldbörsen sind aber dennoch häufig prall gefüllt: Zu Euros und Cents kommen auf dem Campus noch Uni- und Bibliotheksausweis, Mensa- und Druckkarten sowie etliches Weiteres hinzu. Anders bei den Dortmunder Hochschulen: Seit dem Wintersemester 2011/2012 reicht den rund 35.000 Studierenden und Mitarbeitern für das Unileben eine Karte mit der kontaktlosen Bezahlungsfunktion „girogo“. Möglich gemacht haben das die Hochschulleitungen gemeinsam mit der Sparkasse Dortmund.

Den Studierenden mehr Service zu bieten – das ist das Ziel, das die Technische Universität Dortmund, die Fachhochschule Dortmund und das Studentenwerk Dortmund gemeinsam verfolgen. Ein wichtiger Schritt dahin war die 2010 getroffene Entscheidung, die Vielzahl an Ausweis-, Zugangs- und Bezahlkarten in einer Karte zusammenzufassen und diese noch dazu mit einem kontounabhängigen und standardisierten Bezahlssystem der deutschen Kreditwirtschaft auszustatten. Zuvor waren lediglich geschlossene Bezahlverfahren einzelner Anbieter zum Einsatz gekommen.

Zusammen mit ihrer Hausbank, der Sparkasse Dortmund, entwickelten die Hochschulen im Jahr darauf die bundesweit erste Universitätskarte dieser Art. Seit November 2011 nutzen nun die rund 35.000 Studenten und Mitarbeiter ihren multifunktionalen Ausweis. Äußerlich nur mit Namen, Matrikelnummer und Passfoto versehen, kommen dessen wahren Werte im Praxiseinsatz zum Vorschein: Die Karte regelt Zutrittsberechtigungen, erfasst Arbeitszeiten, dient als Bibliotheksausweis und elektronischer Schlüssel, ermöglicht bei den Webdiensten der Hochschule ein sicheres Anmelden sowie die Verschlüsselung von Daten, den Abruf von Prüfungsergebnissen und geschützten E-Mail-Versand.

Vor allem aber bietet die Karte modernste Bezahltechnik, die Bargeld beispielsweise für Kopien oder in der Mensa überflüssig macht: Zusätzlich zur klassischen Geldkarten-Funktion ermöglicht sie das kontaktlose Bezahlen kleinerer Beträge an Terminals ohne PIN oder Unterschrift; die Funktion wird kurz „girogo“ genannt. Dabei ist das Auffüllen der „Geldbörse im Kartenformat“ auch möglich, ohne ein Konto bei der Sparkasse Dortmund zu führen – entweder

über andere Bankkarten an zwölf auf dem Campus errichteten Automaten oder mittels eines Kartenlesers im Online-Banking der Sparkasse Dortmund, bei Bedarf auch gegen Bargeld an den Kassen des Studentenwerks. Vier Jahre lang bleibt die Karte gültig, so dass außerdem ein Großteil des bisherigen Verwaltungsaufwands entfällt.

„Die neue Karte macht den Hochschulalltag sehr viel einfacher.“

Josef Hüvelmeyer, stellvertretender Leiter des ITMC der Technischen Universität Dortmund

Wenn alle deutschen Sparkassen die neue Funktion „girogo“ ab Mitte August 2012 bis zum Jahr 2015 auf den SparkassenCards ihrer Kunden eingeführt haben, werden die Studenten und Mitarbeiter der Dortmunder Hochschulen ihre Karte auch bei vielen Händlern außerhalb des Unigeländes zum Bezahlen einsetzen können. Auf jeden Fall aber steht jetzt schon fest: Die neue Hochschulkarte steht einmal mehr für die Innovationskraft der Sparkassen und ist ein Leuchtturmprojekt, das vielen neuen Kundenbeziehungen den Weg bereitet.

Vertriebs-Check für das Firmenkundengeschäft

Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten

Arbeitszeit ist endlich – und will von Beratern bestmöglich genutzt werden. Dies gilt insbesondere im Geschäft mit Firmenkunden, die derzeit von vielen Kreditinstituten stark umworben werden. Seit Ende 2011 arbeiten die westfälisch-lippischen Sparkassen heraus, wie ihre Beschäftigten die Beziehungen zu Unternehmen demnächst noch erfolgreicher gestalten können.

In den letzten Jahren haben die Firmenkundenberater der westfälisch-lippischen Sparkassen zahlreiche Projekte und Themen gestemmt – teils wurden sie von außen an sie herangetragen wie die zu bewältigenden Umstellungen auf einheitliche europäische Zahlungsverfahren, teils waren sie organisationsintern bedingt wie die Einführung der gewerblichen Finanzkonzepte. Um die Pflege der Kundenbeziehung nicht zu kurz kommen zu lassen, rücken sie nun die gewerblichen Kunden wieder in den Mittelpunkt.

40 westfälisch-lippische Sparkassen untersuchen mit Unterstützung des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe von Dezember 2011 bis Mitte 2012 jeweils ihren Status quo im Firmenkundengeschäft. Im Rahmen eines Vertriebs-Checks erheben die Projektpartner zunächst anhand strukturierter Befragungen ihre Leistungen und betrachten zudem die organisatorische und marktorientierte Ausgangslage. Auf diese Weise erhalten die Projektparkassen einen Überblick, wo ihre Stärken liegen und welchen Handlungsbedarf sie haben. Darauf aufbauend legen sie in einem Strategieworkshop fest, mit welchen Maßnahmen sie die Beziehung zu ihren Firmenkunden schrittweise ausbauen wollen.

Dabei greifen die Projektpartner auf 25 Umsetzungsmodule zurück, die der Deutsche Sparkassen- und Giroverband gemeinsam mit Sparkassen und Regionalverbänden im Projekt „Customer Relationship Management im Firmenkundengeschäft“ entwickelt hat. Im Vordergrund stehen Maßnahmen, die kurzfristig einsetzbar sind und die Kundenbeziehung grundlegend verbessern helfen: Beispielsweise wissen es gewerbliche Kunden sehr zu schätzen, wenn ihre Berater mehr Zeit als bisher für die Beratung einsetzen, die

Möglichkeiten des IT-Systems OSPlus zur Vor- und Nachbereitung der Kundengespräche ausschöpfen, sich auf den jeweiligen Beratungsbedarf einstellen und Kundenanregungen systematisch aufgreifen. Weitere Handlungsfelder der Sparkassen können ein verbessertes Berichtswesen oder eine stärkere Neukundengewinnung sein.

„Kundenbeziehungen bestehen aus mehr als nur einem Konto – Sparkassen sollten dieses Mehr noch besser nutzen.“

Mark Wemhöner, Bereichsleiter Vertrieb und Produkte der Sparkasse Bielefeld

Mit diesem Projekt stellen die westfälisch-lippischen Sparkassen künftig mehr denn je sicher, dass ihre Berater regelmäßig mit den Firmenkunden in Kontakt kommen und für diese gut erreichbar sind, Verständnis für das jeweilige Unternehmen und dessen Branche mitbringen und vor allem bedarfsgerechte Produktlösungen im Rahmen einer ganzheitlichen Beratung anbieten. Kurzum: Die Kunden werden ihre Erwartungen an die Geschäftsbeziehung zu ihrer Sparkasse erfüllt sehen.

SparkassenCard Plus

Wünsche jederzeit erfüllen

Deutschland hat die jüngste Wirtschaftskrise so schnell überwunden wie kein anderes Land Europas. Einen Gutteil dazu haben die Verbraucher beigetragen: Seit Mitte 2010 ist ihre Konsumfreude nahezu unvermindert groß. Dabei wird es für sie immer normaler, sich ihre Wünsche spontan beim Händler zu erfüllen. Dem begegnen acht Sparkassen seit 2011 mit einem neuen Finanzierungsangebot: Über die SparkassenCard Plus bieten sie jederzeit abrufbare Kredite zu günstigen Zinssätzen an.

Ein Dispositionskredit ist bequem: Kontoinhaber können ihn nach Bedarf in Anspruch nehmen und wieder zurückzahlen. Allerdings kostet diese Flexibilität nicht selten einen zweistelligen Zinssatz und ist betragsmäßig auf wenige hundert bis tausend Euro begrenzt. Ein Ratenkredit wiederum ist günstiger und für höhere Beträge zu haben. Verbraucher müssen ihn aber schon vor einer Anschaffung beantragen.

Jetzt kombinieren Sparkassen die Vorzüge beider Kredite mit einem Darlehen im Scheckkartenformat: der SparkassenCard Plus. Im Rahmen von Beratungsgesprächen bieten sie bonitätsstarken Kunden an, sich unverbindlich einen Kreditrahmen einrichten zu lassen. Die Höhe legt jede Sparkasse entsprechend ihrer Geschäftspolitik und der Bonität des Kunden fest, wobei grundsätzlich Beträge bis zu 50.000 Euro möglich sind. Einmal eingerichtet, bleibt der Kreditrahmen zeitlich unbegrenzt bestehen.

Den eingeräumten Verfügungsrahmen können Kunden dann mit der SparkassenCard Plus so umfangreich und oft ausschöpfen, wie sie wollen – schnell und bequem entweder durch Kartenzahlung am Händlerterminal oder durch das Abheben an Geldautomaten. Und erst wenn sie den Kredit in Anspruch genommen haben, fallen auch Zinsen an. Dabei ist der Zinssatz an einen Referenzzins gebunden und üblicherweise günstiger als bei einem Dispositionskredit. Neben den monatlich fest vereinbarten Rückzahlungsraten ab 2 Prozent sind Sondertilgungen jederzeit und ohne zusätzliche Kosten möglich. Kontoauszüge und die Anzeige von Umsätzen und Kontostand im Online-Banking ermöglichen es den Kunden, ihre Verbindlichkeiten im Blick zu behalten.

Derzeit ist die SparkassenCard Plus bei acht westfälisch-lippischen Sparkassen über alle Kunden-

gruppen hinweg erfolgreich im Einsatz. Bei der Sparkasse Unna beispielsweise greifen die Kunden im Durchschnitt zweimal im Monat zur SparkassenCard Plus und nutzen den Kreditrahmen zu rund zwei Dritteln aus – ein Beleg, dass die Sparkassen einen auch im Branchenvergleich einzigartigen Konsumentenkredit anbieten.

„Mit der SparkassenCard Plus gewinnen wir Marktanteile im Konsumentenkreditgeschäft – und beweisen uns gleichzeitig als verantwortungsvoller Kreditgeber.“

Jürgen Wienpahl, Leiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Unna



F wie Finanzbildung

Mehr als Geschäfte

„Individuelle Anlagefehler lassen sich durch die Aneignung von entsprechendem Finanzwissen begrenzen“, berichtete die Deutsche Bundesbank im Januar 2011 in ihrem Monatsbericht. „Ein umsichtigeres Verhalten der Marktteilnehmer ließe daher ein weniger krisenanfälliges Finanzsystem, höhere Wachstumsraten und damit einen größeren gesamtwirtschaftlichen Wohlstand erwarten.“ Die finanzielle Bildung der Bevölkerung sei verstärkt zu fördern, so die Schlussfolgerung.

Eine solche Hilfe zur Selbsthilfe bieten Sparkassen traditionell an: Sie führen für jedermann ein Girokonto und nehmen Spareinlagen ab dem ersten Euro entgegen. Und auch dann, wenn keine Kundenbeziehung besteht, unterstützen sie die Finanz- und Wirtschaftskompetenz aller Verbraucher: Beispielsweise beraten sie mit der Einrichtung „Geld und Haushalt“ die Bürger im Land seit mehr als 50 Jahren – kostenlos und unabhängig. „Das ist für Sparkassen aber keine Last, sondern macht sie aus“, meint Judith Möllmann von der Stadtparkasse Bocholt, in der die Angebote von „Geld und Haushalt“ regelmäßig zum Einsatz kommen. „Damit vermitteln wir Finanzwissen, schaffen aber auch Werte wie Sicherheit und Wohlstand. Und nicht zuletzt stärkt es unsere Position als verantwortungsvoller Finanzpartner.“



Judith Möllmann
Referentin Öffentlichkeitsarbeit der Stadtparkasse Bocholt

„Für die Finanzbildung ist ‚Geld und Haushalt‘ ein Schatz, den Sparkassen sehr einfach heben können.“

Judith Möllmann, Referentin Öffentlichkeitsarbeit der Stadtsparkasse Bocholt

„Einstieg Taschengeld – wie Kinder den Umgang mit Geld lernen“, „Auf Nummer sicher – Vollmachten und Verfügungen“, „Ökologisch haushalten – ein Gewinn für Umwelt und Budget“ – diese und 13 weitere lebensnahe Vortragsthemen zu Budget- und Finanzplanung, Verbraucher- und Rechtsfragen sowie besonderen Lebenslagen bietet der Sparkassen-Beratungsdienst „Geld und Haushalt“ im Jahr 2012 an. Über 40 Referenten aus unterschiedlichen Fachgebieten stehen für Sparkassen sowie für Vereine, Bildungsträger und andere gemeinnützige Einrichtungen bereit, in jährlich mehr als 1.000 Veranstaltungen rund 40.000 Zuhörer kostenlos und unabhängig weiterzubilden. „Durch die Nähe zu ihren Kunden wissen Sparkassen, wo den Menschen der Schuh drückt“, ist Judith Möllmann, Referentin Öffentlichkeitsarbeit der Stadtsparkasse Bocholt, überzeugt. „Das erleichtert es uns, passende Finanz- und Wirtschaftsthemen zu finden und Interesse zu wecken.“ Die Sparkasse nutzt regelmäßig den Vortragsservice sowie weitere Angebote von „Geld und Haushalt“. Für 2012 hat sie wieder vier Veranstaltungen mit Referentin Ingeborg Heinze geplant, zu denen sie insgesamt rund 600 Gäste erwartet. Außerdem wird sie mehr als 500 Informationsbroschüren rund um das Thema Geld und Haushalt an die Bürger am Ort verteilen.

Dieses gemeinnützige Engagement ist zu Beginn des 21. Jahrhunderts so wichtig wie lange nicht mehr: Wirtschaftliche Kompetenzen und der verantwortungsvolle Umgang mit den eigenen Finanzen sind Voraussetzungen für eine erfolgreiche Lebensplanung. Der ökonomische und der soziale Wandel verlangen von jedem Einzelnen mehr Eigenverantwortung. Gleichzeitig sind die Erfahrungen und Erlebnisse rund um die Finanzmarktkrise längst nicht überwunden: Viele Sparer sorgen sich weiterhin um ihr Geld, was sich auch auf ihr Anlageverhalten auswirkt. Umfragen zufolge nimmt vor allem bei jungen Menschen die Konsumlust zu und das Interesse an finanzieller Vorsorge ab. Häufig beschränken Anleger ihr Portfolio auf wenige und sichere Anlagekategorien, was ihre Abhängigkeit von Marktentwicklungen nochmals erhöht und die Renditen verringert. Außerdem bleibt das Desinteresse an Finanz- und Wirtschaftsthemen groß, und zwar wieder besonders bei den Jüngeren.

Solche Lücken wollen Sparkassen füllen: Über das Kundengeschäft hinaus setzen sie sich mit verschiedenen Initiativen dafür ein, die finanzielle Eigenvorsorge und Selbstverantwortung zu fördern sowie wirtschaftliche Grundkenntnisse zu vermitteln. Zu den ältesten Angeboten zählt der

Beratungsdienst „Geld und Haushalt“, den die Sparkassen bereits im Jahr 1958 ins Leben gerufen haben.

Seitdem ist dieser mit seinen Leistungen inhaltlich wie instrumentell am Puls der Zeit und weckt auf diese Weise immer neues Interesse: So bietet er über die stets aktuell gehaltenen Vorträge hinaus in seinem Internetauftritt viele nützliche Tipps zum sparsamen Umgang mit Geld, aber auch mit natürlichen Ressourcen. Außerdem stehen dort Tabellen sowie Software zum Herunterladen bereit: Beispielsweise können Privathaushalte mit dem Budgetplaner ihre Einnahmen und Ausgaben verwalten und mit der Budgetanalyse die Haushaltskasse auf Einsparpotenziale hin durchleuchten. Zudem sind viele Anwendungen mittlerweile bequem über mobile Endgeräte zu nutzen.

Beim sozialen Netzwerk Facebook ist der Beratungsdienst seit Ende 2010 vertreten und veröffentlicht darin mit dem „SparRatgeber“ regelmäßig praktische Verbraucherinformationen. Für 2012 ist geplant, dieses Angebot auch für die Internetpräsenzen der Sparkassen bereitzustellen. Daneben entwickelt „Geld und Haushalt“ erstmals eine App für Smartphones zur Taschengeldplanung. Hinzu kommen wieder rund 1 Million von Verbrauchern angeforderte kostenlose Ratgeberbroschüren und Beratungssoftware.

Die Stadtsparkasse Bocholt ist mit den Angeboten von „Geld und Haushalt“ sehr zufrieden: „Die Initiative bietet tolle Leistungen. Das anhaltend hohe Interesse an den Veranstaltungen und das überraschenderweise immer jünger werdende Publikum sprechen für sich. Wir werden die Zusammenarbeit deshalb auf jeden Fall fortsetzen“, blickt Judith Möllmann nach vorn. „Die Finanzthemen müssen schließlich zu den Menschen kommen und nicht umgekehrt.“



Gemeinsam mit Ingeborg Heinze vom Vortragsservice von „Geld und Haushalt“...



... füllt Judith Möllmann, Referentin Öffentlichkeitsarbeit der Stadtsparkasse Bocholt, ...



... regelmäßig die Stuhlreihen im Veranstaltungsraum der Sparkasse.

Berufsnavigator

Orientierung für die berufliche Zukunft schaffen

Heirat, Familie, Hausbau – all diese grundlegenden Entscheidungen treffen Menschen zumeist im fortgeschrittenen Alter. Die Frage der Berufswahl stellt sich ihnen dagegen schon in jungen Jahren – und einmal beantwortet, ist nur schwer vom eingeschlagenen Pfad abzuweichen. Deshalb unterstützen westfälisch-lippische Sparkassen jetzt viele Jugendliche dabei, mehr über sich zu erfahren und geeignete Karrierewege zu finden: In Zusammenarbeit mit der Berufsnavigator GmbH aus Hamburg bieten sie ein wissenschaftlich gesichertes Verfahren zur Berufsorientierung an.



Als gemeinnützig engagierte Unternehmen setzen sich westfälisch-lippische Sparkassen dafür ein, dass Jugendliche berufliche Irrwege vermeiden. Dazu bieten sie den Berufsnavigator an – ein deutschlandweit einmaliges Verfahren, das verschiedene Ansätze zur Berufsorientierung verknüpft und in allen weiterführenden Schulformen zum Einsatz kommt: Die Schüler bilden zunächst Kleingruppen, in denen sie ihre eigenen Stärken sowie die ihrer Mitschüler zu rund 50 Merkmalen wie Belastbarkeit, soziale Kompetenz oder Ehrgeiz einschätzen. Das computergestützte System fasst die über einen Handsender abgegebenen Meinungen zu einem Stärkenprofil zusammen und schlägt die zehn dazu am besten passenden Berufsbilder vor. Anschließend besprechen Fachleute der Berufsnavigator GmbH mit jedem Schüler die Ergebnisse, beziehen Interessen und Noten ein und zeigen weitere Schritte wie die vertiefende Berufsberatung einer Arbeitsagentur auf. Am Ende des Verfahrens erhalten die Schüler ein Zertifikat, das sie ihren Bewerbungen beilegen können – und starten mit wichtigen neuen Erkenntnissen in den „Ernst des Lebens“.

Die ersten westfälisch-lippischen Sparkassen, die den Berufsnavigator im Jahr 2011 eingesetzt haben, erhielten begeisterte Rückmeldungen sowohl von Schülern als auch von Lehrern und Eltern. Das ist Rückenwind für weitere Institute, die demnächst folgen werden: Mit der von rund 30 Sparkassen geplanten Beteiligung, unter anderem im Hochsauerlandkreis, kommt schon 2012 jeder siebte Schulabgänger aus der Region in den Genuss dieser Berufsorientierungsmaßnahme. Damit schaffen die Sparkassen eine gute Grundlage, um dem mit dem demografischen Wandel verbundenen Fachkräftemangel zu begegnen – und nicht selten gewinnen sie dabei selbst Nachwuchskräfte und künftige Kunden.

„Mit dem Berufsnavigator helfen wir jungen Menschen, einen für sie passenden Berufsweg einzuschlagen – und leisten gesellschaftlich Wichtiges.“

Heinz-Dieter Tschuschke, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Meschede

Traurig, aber wahr: Jeder fünfte junge Mensch bricht seine Ausbildung oder seinen Studiengang ab. Und noch mehr fühlen sich an ihrem späteren Arbeitsplatz nicht richtig aufgehoben. Frust, Krankheit, Jobwechsel und sogar Arbeitslosigkeit sind die Folgen. Sie werfen nicht nur jeden Einzelnen persönlich zurück, sondern kosten auch volkswirtschaftlich beträchtliche Milliardenbeträge.

Nacht der Bibliotheken

Orte der Begegnung bieten

Liebesgedichte im Aufzug, Speed-Datings und Bilderbuchkino, Poetry Slams und Tango-Workshops, Comedy und Schreibwerkstätten – kurz: Liebe, Lust und Leidenschaft. Das war in der Nacht des 11. November 2011 in mehr als 200 nordrhein-westfälischen Bibliotheken zu erleben. Zum Erfolg des besonderen Abends hatten die beiden nordrhein-westfälischen Sparkassenverbände beigetragen.

An diesem Freitag im November 2011 kümmerten sich die Bibliothekare in ihren Häusern nicht um übliche Öffnungszeiten: Unter dem Motto „Total verknallt in Bibliotheken“ hielten sie ihre Türen für außergewöhnliche Aktionen und nicht weniger spannende Lesungen, Theateraufführungen und Rundgänge bis Mitternacht offen – und packten ihre Fans und alle, die es werden wollten, bei ihren Leidenschaften. Das Angebot kam an: Rund 60.000 Besucher ließen sich unterhalten und durchforsteten die Bestände an Büchern, Hörbüchern, DVDs, E-Books und CDs nach neuen Lieblingsstücken. Mancher nutzte sogar die Gelegenheit, einen Bund fürs Leben einzugehen: Schließlich gab es hier und da Bibliotheksausweise umsonst.

Schirmherr der vom Landesverband der Bibliotheken in NRW organisierten Veranstaltung war Fernsehmoderator und Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar, der in der Kölner Stadtbibliothek zudem sein neues Buch vorstellte. Auch eine Reihe anderer Autoren füllte in dieser Nacht eigene und fremde Werke mit Leben: In der Stadtbibliothek Emsdetten beispielsweise las TV-Moderatorin Christine Westermann aus ihren Büchern.

Aus Emsdetten kam auch der Anstoß für die Sparkassen in Nordrhein-Westfalen, die mittlerweile vierte „Nacht der Bibliotheken“ zu unterstützen: Die VerbundSparkasse Emsdetten-Ochtrup hatte den Sparkassenverband Westfalen-Lippe auf die Veranstaltung hingewiesen. Sie passt bestens zu dessen Förderschwerpunkten Jugend, Bildung und Soziales. Gemeinsam mit dem Rheinischen Sparkassen- und Giroverband beteiligte sich der Sparkassenverband Westfalen-Lippe deshalb als Sponsor und Kooperationspartner.

Die von den Verbänden zur Verfügung gestellten finanziellen Mittel flossen insbesondere in die Internetpräsenz der „Nacht der Bibliotheken“ sowie in deren Facebook-Auftritt – schließlich wollten sie vor allem junge Menschen auf die Veranstaltungen aufmerksam machen. Gleichzeitig wiesen die Verbände mit ihrem Einsatz darauf hin, wie wichtig ehrenamtliche Arbeit im Bildungsbereich ist, und ergänzten auf diese Weise ihr Engagement für den Deutschen Bürgerpreis, der 2011 unter dem Motto „Bildung! Gleiche Chancen für alle!“ stand.

„Bibliotheken bieten Bildung, Kultur und Phantasie – und die ‚Nacht der Bibliotheken‘ wirbt frisch, kreativ und offen dafür. Das passt zu Sparkassen, das unterstützen wir gerne.“

Beate Jung-Goldenberg, Marketingverantwortliche der VerbundSparkasse Emsdetten-Ochtrup

Die alle zwei Jahre stattfindende „Nacht der Bibliotheken“ will den Wert und die Unverzichtbarkeit der öffentlichen, kirchlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken als attraktive Treffpunkte für Erwachsene, Jugendliche, Kinder und Familien im Bewusstsein der Bürger verankern. Am 1. März 2013 ist es wieder so weit. Dann heißt es: „Deine Bibliothek – wilder, als Du denkst!“

Deutscher Bürgerpreis 2011

Das Ehrenamt stärken

Große Bühne für das Ehrenamt: Ende November zeichnete das von den Sparkassen unterstützte Bündnis „für mich. für uns. für alle“ die Preisträger des von ihm gestifteten Deutschen Bürgerpreises 2011 aus. Unter dem Motto „Bildung! Gleiche Chancen für alle“ richtete der größte bundesweite Ehrenamtspreis diesmal den Blick auf Personen und Projekte, die sich für Chancengleichheit und Bildungsgerechtigkeit einsetzen. Preisträger in der Kategorie Engagierte Unternehmer wurde Stephan Richtzenhain aus Minden.

Stephan Richtzenhain hat im Jahr 2007 die Initiative „Bildungspartnerschaften für Mindener Kinder“ ins Leben gerufen. Mittlerweile unterstützen rund 40 Firmen und Privatpersonen aus der Region seine Idee. Ihre Förderbeiträge ermöglichen Kindern aus einkommensschwachen Familien, während der Grundschulzeit Ganztagschulen zu besuchen. Dort erhalten sie bis in den Nachmittag hinein Betreuung und regelmäßige Mahlzeiten – wichtige Hilfestellungen für gute schulische Leistungen. Um die besonderen Talente der Kinder zu fördern, fließen die Fördermittel außerdem in Vereinsbeiträge, Nachhilfe, Sprachförderung und Musikunterricht, in Schulbücher und Schulbekleidung, Klassenfahrten, Schüleraustausche und vieles andere, das für die kulturelle und die soziale Entwicklung der Kinder richtungsweisend ist.

Mit diesem Einsatz überzeugte Richtzenhain die 26-köpfige Fachjury des Deutschen Bürgerpreises 2011 in der Kategorie Engagierte Unternehmer. Darüber hinaus zeichnete der Deutsche Bürgerpreis Personen in den Kategorien Lebenswerk, U21 und Alltagshelden aus. Erstmals stimmten auch Besucher des Internetauftritts www.deutscher-buergerpreis.de im Rahmen eines Online-Videowettbewerbs über ihr Lieblingsprojekt ab. Insgesamt hatten sich weit mehr als 1.000 Engagierte beworben.

Sie stehen stellvertretend für die 23 Millionen Bundesbürger, die sich in ihrer Freizeit unentgeltlich für das gesellschaftliche Zusammenleben einsetzen. Ihnen mit dem Deutschen Bürgerpreis Dank und Anerkennung zukommen zu lassen, ist das Ziel des Bündnisses „für mich. für uns. für alle“: Engagierte Bundestagsabgeordnete und Kommunen sowie die Sparkassen hatten es im

Jahr 2003 gegründet und wirken seitdem darauf hin, das Ehrenamt zu stärken. So wie die Sparkasse Minden-Lübbecke, die die Bewerbung von Stephan Richtzenhain begleitete.

„Der Deutsche Bürgerpreis rückt das Ehrenamt verdientermaßen ins Scheinwerferlicht – ein wichtiges Zeichen für alle, die sich engagieren.“

Volker Böttcher, Mitglied des Vorstands der Sparkasse Minden-Lübbecke

Im Jahr 2012 widmet sich der Deutsche Bürgerpreis den Chancen der jungen Generation auf mehr Teilhabe an der Gesellschaft. Mit dem Schwerpunktthema „Projekt Zukunft: engagiert für junge Leute“ würdigt die Initiative ehrenamtliches Engagement, das jungen Menschen ab 14 Jahren Perspektiven aufzeigt, ihnen Orientierung, Know-how und Selbstvertrauen schenkt und durch die Vermittlung persönlicher und sozialer Kompetenzen neue Chancen eröffnet. Die Kategorie U21 legt dabei das Augenmerk insbesondere auf das Engagement von Jugendlichen für Jugendliche.

Sparlotterie

Gutes ins Blickfeld stellen

Sparen macht Sinn und Spaß – vor allem mit der Sparlotterie der westfälisch-lippischen Sparkassen. Davon hat eine Werbe- und Kommunikationskampagne mit dem Comedian Atze Schröder im Jahr 2011 viele Kunden überzeugt: Sie kauften rund 5 Prozent mehr Sparlose als im Vorjahr – und trugen auf diese Weise dazu bei, dass die Sparkassen höhere Zweckerträge für gemeinnützige Projekte und Einrichtungen ausschütten konnten.

Seit 2009 ist die vor mittlerweile sechs Jahrzehnten als PS-Sparen + Gewinnen gestartete Sparlotterie der Sparkassen mit einem frischen Auftritt am Markt. Im Jahr 2011 stellten die westfälisch-lippischen Sparkassen und der Sparkassenverband Westfalen-Lippe die Vorteile dieses traditionsreichen Produkts erneut ins Blickfeld der Öffentlichkeit: Auf Plakaten, in Anzeigen, Funk- und Online-Werbung und nicht zuletzt in den Filialen und Online-Auftritten der Sparkassen warb Comedian Atze Schröder für diese Kombination aus Sparen, Gewinnen und Gutes-Tun.

Verbunden mit dem Hinweis auf wertvolle Preise in der anschließenden Sonderauslosung, überzeugte die Sparlotterie wie lange nicht mehr: Die Kunden kauften rund 2,5 Millionen Sparlose und steigerten damit den Absatz der westfälisch-lippischen Sparkassen gegenüber dem Vorjahr um mehr als 5 Prozent. Passend dazu riefen interessierte Lotteriesparer die Internetseite der Sparlotterie beachtliche 323.000-mal auf – das sind ein Drittel mehr Besuche als im Jahr 2010. Über den im August 2011 an den Start gegangenen Facebook-Auftritt hat die Sparlotterie allein bis Ende März 2012 mehr als 2.200 Fans gewonnen – ein mehr als guter Start. Darüber hinaus erhielt sie Unterstützung von der jüngsten Beratergeneration: Rund 300 Auszubildende aus 22 westfälisch-lippischen Sparkassen lernten im Rahmen eines ergänzenden Wettbewerbs, wie bedeutend die Sparlotterie für die Sparkassen und die Region ist.

„Dank der Sparlotterie haben die Kinder in Wetter jetzt viele Antworten auf drängende Klimafragen bekommen.“

Kerstin Landwehr, Klimabotschafterin der Stadt Wetter (Ruhr) und Buchautorin

Mit den im Jahr 2011 ausgeschütteten Zweckerträgen in Höhe von rund 8,5 Millionen Euro unterstützten die westfälisch-lippischen Sparkassen viel Gutes in der Region. Beispielsweise ein Klimaschutzprojekt in Wetter an der Ruhr: 5.000 Euro flossen in die Anschaffung des Klima-Mitmach-Buchs „Alarm im Polarmeer“. Speziell geschulte Klimabotschafter erklären damit Wetteraner Grundschulern den Klimawandel und schaffen so die Grundlage für einen bewussten Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Mehr dazu sowie zu vielen weiteren geförderten Aktionen unter www.sparlotterie.de.





Stefan Fischer
Abteilungsleiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Höxter

Stark im Verbund

U wie Universalbank

Alle Finanzleistungen aus einer Hand

Wie kann das Finanzsystem krisenfester werden? Gut vier Jahre nach dem Höhepunkt der Finanzmarktkrise scheint diese Frage immer noch nicht vollständig beantwortet zu sein. So kam 2011 die schon jahrzehntealte Diskussion um ein Trennbankensystem wieder auf. Viele meinen, dieses sei dem Universalbankensystem überlegen.

Es gibt jedoch zahlreiche Belege dafür, dass Erfolg keine Frage des Systems, sondern des Geschäftsmodells ist. Ein Beispiel sind Sparkassen: Auch sie sind Universalbanken. Ihre Kunden erwarten von ihnen ein umfassendes Angebot als Kreditgeber, Produktanbieter und Berater – und indem Sparkassen das bieten, stellen sie ihren Erfolg und nicht zuletzt den des deutschen Finanzsystems sicher.

Um trotz der vergleichsweise geringen Größe alle Finanzleistungen anbieten zu können, arbeiten Sparkassen mit deutschlandweit tätigen Verbundunternehmen zusammen. Diese Zusammenarbeit gilt es stetig weiterzuentwickeln. So haben die Sparkassen im Jahr 2011 ein Projekt für eine verbesserte Wertpapierberatung gestartet, das sie gemeinsam mit der DekaBank als Produktspezialist sowie der Finanz Informatik als IT-Dienstleister verwirklichen. „Eine gute Beratung schafft Werte, die sich für die Kunden wie für unser Haus auszahlen“, so Stefan Fischer, Abteilungsleiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Höxter, die sich gemeinsam mit dem Sparkassenverband Westfalen-Lippe einbringt.

„Der Wettbewerb um den Kunden steht im Mittelpunkt unseres Tuns. Das fordert, bringt aber dem gesamten Finanzmarkt auch viele Vorteile.“

Stefan Fischer, Abteilungsleiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Höxter

Beratungsprotokolle, Produktinformationsblatt, Beraterregister, Beraterhaftung – die Liste der Regularien, die seit dem Ausbruch der Finanzmarktkrise die Kunden in Deutschland vor Fehlberatungen im Wertpapiergeschäft schützen sollen, ist lang und noch nicht abgeschlossen. Sie geht einher mit anhaltend schlechten Schlagzeilen, einer kritischen Haltung von Verbraucherschutzorganisationen und turbulenten Finanzmärkten. Daher verwundert es nicht, dass Berater wie Kunden das Anlage- und Wertpapiergeschäft zunehmend meiden.

Jetzt will das Projekt „Wertpapiergeschäft in der Sparkassen-Finanzgruppe – neue Herausforderungen für die Beratung“ des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands neuen Schwung in die Beratungsräume der Sparkassen bringen. Im ersten Halbjahr 2012 führen zehn Institute die Ergebnisse der 2011 abgeschlossenen Konzeptionsphase ein. Mit von der Partie ist die Sparkasse Höxter. „Das Wertpapiergeschäft ist für jede Sparkasse ein wichtiges Standbein. Es bringt Erträge und – viel wichtiger noch – es stärkt die Kundenbeziehung“, erläutert Stefan Fischer, Abteilungsleiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Höxter, die Gründe für die Teilnahme. „Wenn wir unsere Position als Deutschlands Finanzpartner Num-

mer eins sichern wollen, müssen wir auch in diesem Segment eine überlegene Beratungs- und Servicequalität bieten“, ergänzt Carsten Suerken, Referent im Kompetenz-Center Markt/Vertrieb beim Sparkassenverband Westfalen-Lippe, der die Einführung in der Region begleitet.

Die Ausgangslage ist gut: Gemeinsam mit der DekaBank als Produktspezialisten haben die Sparkassen in den letzten Jahrzehnten ihr Wertpapiergeschäft erfolgreich aufgebaut – laut dem aktuellen Finanztest bieten sie deutschlandweit die beste Anlageberatung. Dennoch haben sie es sich zum Ziel gesetzt, durchgängig noch besser zu werden und bei allen Kundengruppen zu wachsen. Nun richten die Verbundpartner mit Unterstützung des IT-Dienstleisters Finanz Informatik den gesamten Wertpapierprozess neu aus: Zu Beginn eines jeden Beratungsgesprächs ermitteln die Kundenbetreuer künftig über das IT-System das jeweils aktuelle Kundenportfolio. In einem nächsten Schritt fragen sie den Kunden anhand eines strukturierten Leitfadens nochmals nach dessen Risikobereitschaft. Auf Grundlage der festgestellten und einer von fünf Stufen zugeordneten Risikomentalität weist das IT-System dem Kunden dann ein Soll-Portfolio nach Anlageklassen zu. Für jede Anlageklasse hat die Sparkasse

Produktempfehlungen erarbeitet, die der Berater dem Kunden vorschlägt. Mit dieser „Hausmeinung“ stellt die Sparkasse sicher, dass ihre Berater nur das anbieten, was sie als geeignet erachtet und zugleich sowohl der Risikobereitschaft als auch den Renditeerwartungen des Kunden entspricht. Wie der bisherige Verlauf des Projekts bereits bestätigt, steigert die neue Beratungssystematik die Zufriedenheit von Kunden und Berater und verringert gleichzeitig die aufsichts- und zivilrechtlichen Risiken. Ab 2014 nutzen alle Sparkassen den neuen Standard.

Mit Arbeiten wie diesen führen Sparkassen ihr realwirtschaftlich orientiertes, universales Geschäftsmodell in eine gute Zukunft. Darüber hinaus sorgen sie so für einen effizienten und sicheren Finanzmarkt: Ein breites Produktportfolio vieler Finanzinstitute schärft den Wettbewerb und bewirkt für die Kunden ein kostengünstiges Angebot an Finanzleistungen. Es ist am ehesten in der Lage, alle Geld- und Kapitalquellen für die Volkswirtschaft zu erschließen. Es verhindert monopole Strukturen und sichert damit die Wirksamkeit geld- und kreditpolitischer Maßnahmen. Nicht zuletzt entsprechen die sich daraus zumeist ergebenden langjährigen Kundenbeziehungen den Zielen des Verbraucherschutzes und der Finanzmarktstabilität.

„Die Kunden würden es nicht akzeptieren, wenn sie bei Sparkassen zwar Sparprodukte, aber keine Aktien oder Zinssicherungsinstrumente erhielten. Ein Zurück zu einem rein bilanziellen Geschäft kann es deshalb auch für Sparkassen nicht geben“, ist Stefan Fischer überzeugt. „Die Ursachen der Finanzmarktkrise waren einzelne von der Realwirtschaft losgelöste, ausgesprochen risikoreiche Geschäfte. Genau hier sollten Gegenmaßnahmen ansetzen.“ Die Orientierung an den Kundenbedürfnissen müsse nicht nur weiterhin möglich sein, sondern als Lehre aus der Finanzmarktkrise bei allen Instituten noch stärker erfolgen. So wie derzeit in der Wertpapierberatung der Sparkassen.



Stefan Fischer, Abteilungsleiter Vertriebsmanagement der Sparkasse Höxter, bringt ...



... gemeinsam mit Carsten Suerken, Referent des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe, und ...



... dem regionalen Vertriebsdirektor der DekaBank, Carsten Reinstädler, die Wertpapierberatung der Sparkassen nach vorn.

LBS West

Weiter auf Wachstumskurs



Mit einem Marktanteil in Höhe von 47,2 Prozent führte die LBS West auch im Jahr 2011 das Bauspargeschäft in Nordrhein-Westfalen an. Angetrieben von einem guten Riester-Geschäft, steigerte sie die neu abgeschlossene Bausparsumme um 1,4 Prozent auf 9,2 Milliarden Euro. Dazu trugen die westfälisch-lippischen Sparkassen einen wichtigen Teil bei: Sie vermittelten 111.800 LBS-Bausparverträge (-4,5 %) mit einem Volumen von 2,35 Milliarden Euro (+1,1 %).

Günstige Konditionen gesichert

Im Vergleich zum Vorjahr stieg die durchschnittliche Bausparsumme der über die westfälisch-lippischen Sparkassen vermittelten Verträge damit um rund 1.200 Euro auf 21.000 Euro (+5,9 %). Viele neue Bausparer nutzten das anhaltend niedrige Zinsniveau, um sich die günstigen Finanzierungsbedingungen langfristig zu sichern. Dementsprechend wuchs die durch Sparkassen vermittelte Bausparsumme in den Tarifen mit besonders guten Finanzierungsbedingungen in Westfalen-Lippe deutlich auf 1,7 Milliarden Euro (+4,9 %).

Riester-Bauspartarife stark gefragt

Überdurchschnittlich erfolgreich war die LBS erneut im Segment Wohn-Riester. Trotz einer allgemein rückläufigen Entwicklung im Altersvorsorgemarkt steigerten die westfälisch-lippischen

Sparkassen ihr Neugeschäft mit LBS-Riester-Tarifen auf 15.200 Verträge mit 515 Millionen Euro Bausparsumme (+6,6 %). Insgesamt schlossen LBS-Kunden knapp 54.000 Wohn-Riester-Verträge über 1,7 Milliarden Euro ab. Somit machte dieses Segment rund 20 Prozent des LBS-Neugeschäftsvolumens aus. Der Marktanteil bei Wohn-Riester stieg damit auf sehr gute 61 Prozent. Die Entwicklung bestätigt die frühzeitige Entscheidung der LBS, das Riester-Bausparen in den Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten zu stellen.

Finanzierungsgeschäft ausgebaut

Die westfälisch-lippischen Sparkassen kamen zudem den Wünschen der Kunden entgegen, günstige Vorfinanzierungskonditionen mit der Wohn-Riester-Förderung zu verbinden: Sie steigerten das LBS-Riester-Vorfinanzierungsvolumen auf rund 106 Millionen Euro und trugen auf diese Weise entscheidend dazu bei, dass die LBS West ihre Gesamtfinanzierungssumme in diesem Geschäftsfeld nahezu verdoppelte.

Bilanzvolumen auf Rekordniveau

Diese und weitere Markterfolge spiegeln sich in der Bilanz der LBS West wider: Mit 10,7 Milliarden Euro übertraf die Bilanzsumme den Vorjahresrekord um 4,1 Prozent. Das Wachstum folgte vor allem aus dem Bauspareinlagenbestand, der im Jahr 2011 um 4,3 Prozent auf 9,4 Milliarden Euro anstieg – ein neuer Spitzenwert und Beleg dafür, dass sich die LBS West in einem schwierigen Kapitalmarktumfeld mit ihrem sicheren und kalkulierbaren Bausparprodukt als zuverlässige Anlaufstation für Vorsparer und Finanzierende bewährte.

Westfälische Provinzial

Neue Rekordwerte erzielt



2011 arbeiteten die westfälisch-lippischen Sparkassen mit der Westfälischen Provinzial einmal mehr erfolgreich zusammen. Im Altersvorsorgegeschäft erzielten die Verbundunternehmen höhere laufende Beiträge und glichen damit die sich normalisierenden Einmalbeiträge mehr als aus: Die bewertete Beitragssumme stieg um 2,9 Prozent auf 795 Millionen Euro. Zudem erwirtschafteten sie bei den Kompositversicherungen ein Neugeschäft in Höhe von knapp 22 Millionen Euro und übertrafen damit den Rekord des Vorjahres um 2,1 Prozent.

Klassisches Altersvorsorgesparen besonders gefragt

Die westfälisch-lippischen Sparkassen vermittelten an die Westfälische Provinzial rund 43.800 Altersvorsorgeverträge (+1,3 %). Dabei fragten Privatkunden vor allem klassische Lebensversicherungen nach: Die Zahl der Neuabschlüsse bei Renten-, Kapital-, Risiko- sowie fondsgebundenen Lebensversicherungen stieg im Vorjahresvergleich um 2,5 Prozent auf rund 34.850 Verträge bei einem nahezu unveränderten Neugeschäftsvolumen von knapp 640 Millionen Euro (-0,9 %). Dazu steuerten die fondsgebundenen Versicherungen mehr als ein Drittel bei: Deren Beitragsgeschäft wuchs um 71 Prozent auf 274 Millionen Euro. Dieses Ergebnis wiederum war zu vier Fünfteln auf die Garantrente Vario zurückzuführen: Die im Mai

2010 eingeführte Rentenversicherung verknüpft Sicherheit, Renditechancen und Flexibilität in ausgewogener Weise. Das bestätigt FOCUS MONEY: Die Zeitschrift hat die Garantrente Vario als „Top Rente“ ausgezeichnet.

Geförderte Altersvorsorge weiter beliebt

Auf Wachstumskurs bewegte sich auch die geförderte Altersvorsorge: Von der Basisrente, einem Produkt der für Selbstständige angebotenen und als „Rürup-Rente“ bekannten Altersvorsorge, schlossen Privatkunden Verträge mit einem um 30,1 Prozent auf knapp 45 Millionen Euro angestiegenen Beitragsvolumen ab. Die Zahl der Verträge erhöhte sich um 21,7 Prozent auf gut 910 Stück. Bei den neu abgeschlossenen Riester-Renten kletterte die bewertete Beitragssumme um 19,5 Prozent auf 111 Millionen Euro. Allerdings ging die Zahl der Verträge um 5,4 Prozent auf rund 8.000 Stück zurück – bei einem insgesamt gleichbleibenden Marktanteil der Sparkassen deutet dies auf eine weiter nachlassende „Riester-Lust“ hin. Die bewertete Beitragssumme der betrieblichen Altersvorsorge inklusive der S-Pensionskasse stieg um 35,2 Prozent auf 171 Millionen Euro.

Haftpflicht und Unfallversicherung als Treiber

Zum neuen Rekord bei den Schaden-, Unfall- und Rechtsschutzversicherungen trug vor allem das Geschäft mit Haftpflicht- und Unfallversicherungen bei. Insgesamt schlossen Kunden der westfälisch-lippischen Sparkassen mehr als 83.300 Kompositversicherungen ab – mit einem Plus von 0,8 Prozent ebenfalls eine Höchstleistung. Vor dem Hintergrund dieses guten Neugeschäfts bauten die westfälisch-lippischen Sparkassen den Versicherungsbestand auf 109 Millionen Euro aus – und überschritten damit erstmals die Marke von 100 Millionen Euro.

WestLB AG

Gewachsene Zusammenarbeit erfolgreich gestärkt



Die über vier Jahrzehnte gewachsene Zusammenarbeit der westfälisch-lippischen Sparkassen mit der WestLB AG verlief im Geschäftsjahr 2011 ungeachtet struktureller Unsicherheiten hinsichtlich der Zukunft der Landesbank erfreulich stabil. Die Zusammenarbeitsquote im Neugeschäft lag mit 86 Prozent sogar deutlich über der des Vorjahres (82 %).

Stabiler Geschäftsverlauf im Firmenkundengeschäft

Im Firmenkundengeschäft lag das gemeinschaftliche Kreditgeschäft mit Zusagen in Höhe von 481 Millionen Euro zwar unter Vorjahresniveau (-17 %). Gleichzeitig allerdings fragten die Sparkassen für ihre Kunden vermehrt das Leistungsspektrum der WestLB-Tochter Universal Factoring GmbH nach: Die Factoring-Umsätze stiegen um 167 Prozent auf 179 Millionen Euro.

Zertifikate mit Kapitalschutz stark nachgefragt

Vor dem Hintergrund der Staatsschuldenkrise einiger europäischer Länder und anhaltender Finanzmarkturbulenzen bevorzugten Privatanleger weiterhin sichere Anlageprodukte: Im Depot-B-Geschäft setzten die westfälisch-lippischen Sparkassen WestLB-Zertifikate mit einem Umsatzvolumen von rund 1,1 Milliarden Euro – 20 Prozent mehr als im Vorjahr – ab. Dank des gemeinsamen

Vertriebserfolges bei kapitalgeschützten Zertifikaten behauptete die WestLB AG ihre Marktführerschaft bei strukturierten Anleihen.

Kommunale Verschuldungsdiagnose ausgebaut

Zusammen mit den westfälisch-lippischen Pilotsparkassen setzte die WestLB AG das Projekt „Kommunale Verschuldungsdiagnose“ des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands fort. Dazu analysierte sie erneut Kredit- und Derivateportfolios von 37 Kommunen und leitete daraus Ansätze zum Zins- und Schuldenmanagement ab. Darüber hinaus nutzten Kommunen und kommunale Unternehmen vor allem Spezialfinanzierungen und Schuldscheinemissionen, Lösungen zur Liquiditätssteigerung sowie das neue Angebot „Strategische Finanzierungsberatung“.

Eigengeschäft trotz unruhigem Umfeld erfreulich

Aufgrund des anhaltenden Niedrigzinsniveaus wählten die westfälisch-lippischen Sparkassen bei ihren Eigenanlagen weiterhin vermehrt kurz- und mittelfristige Laufzeiten. Liquide Mittel setzten sie mit Blick auf die sich fortsetzende wirtschaftliche Erholung verstärkt im Kreditgeschäft ein. Vor diesem Hintergrund ging der Rentenhandel um 17 Prozent auf 3 Milliarden Euro zurück, während die kurzfristigen Geldanlagen um 15 Prozent auf über 1,5 Milliarden Euro anstiegen. Daneben punktete die WestLB AG mit ihren Beratungs- und Analyseangeboten zu den sich im Rahmen von Basel III abzeichnenden regulatorischen Veränderungen beispielsweise bei der Liquiditätssteuerung.

DekaBank

Zusammenarbeit mit Sparkassen weiter ausbauen



der DekaBank für die westfälisch-lippischen Sparkassen verwaltete Fondsvermögen auf 9,8 Milliarden Euro zurück (-2,0 %). Die Anzahl der für die Kunden der westfälisch-lippischen Sparkassen verwalteten Depots lag bei rund 457.000 Stück (Vj. 488.000 Stück).

Neupositionierung des Wertpapiergeschäfts im Privatkundensegment

Gemeinsam mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV), den regionalen Sparkassen- und Giroverbänden sowie den Sparkassen arbeitet die DekaBank seit 2011 daran, Wertpapiere als wichtiges Standbein der Vermögensbildung deutscher Haushalte neu zu verankern und so das Wertpapiergeschäft der Sparkassen dauerhaft zu stärken. Im DSGV-Projekt „Wertpapiergeschäft in der Sparkassen-Finanzgruppe – neue Herausforderungen für die Beratung“ kommt dabei insbesondere den Wertpapier- und Immobilienfonds aufgrund ihrer risikodiversifizierenden Wirkung große Bedeutung zu.

Wichtigster Ansatzpunkt sind dabei die Sparkassenberater: Ihr Wissen und ihre Fähigkeiten entscheiden darüber, ob die Sparkassen die durch Finanzmarktkrise und Kapitalmarkturbulenzen verunsicherten Kunden wieder für Fondsprodukte gewinnen können. Um die Berater deshalb stärker zu unterstützen, plant die DekaBank, zu diesem Zweck ausgebildete Vertriebsdirektoren vor Ort einzusetzen; teils sind diese bereits aktiv. Zudem hat sie bereits den Aufbau weiterer Vertriebskapazitäten für den Fondsabsatz im Filial- und Kundengeschäft einschließlich ausgebauter Schulungs- und Trainingsangebote eingeleitet und das DekaNet als Online-Informationsangebot für die Sparkassen zielgruppenorientiert neu gestaltet.

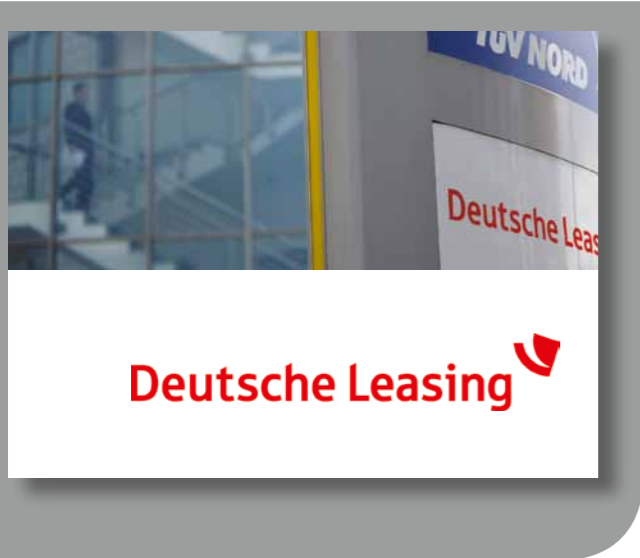
Das Geschäftsjahr 2011 stand für die DekaBank im Zeichen des vollständigen Erwerbs durch die deutschen Sparkassen. Nun spiegelt sich auch in der Eigentümerstruktur die enge Zusammenarbeit des Wertpapierhauses mit den lokal verankerten Instituten wider: Sparkassen sind für die DekaBank die ausschließlichen Vertriebspartner im Privatkundengeschäft und gleichzeitig die wichtigsten institutionellen Kunden. Nach dem Anteilseignerwechsel hat die DekaBank verschiedene Projekte gestartet, mit denen sie ihre Kapitalmarkt- und Beratungsleistungen noch passgenauer auf die Bedürfnisse der Sparkassen und ihrer Kunden zuschneidet. Ziel ist es, das Wertpapiergeschäft zu stärken und den Wertschöpfungsbeitrag für die Sparkassen zu erhöhen.

Fondsgeschäft von Marktentwicklungen gezeichnet

Die vor dem Hintergrund der ungelösten Euro-Staatsschuldenkrise, politischer Unruhen in Nahost und wachsender Rezessionsängste anhaltenden Kapitalmarkturbulenzen beunruhigten 2011 viele Kunden und trieben sie vor allem in Anlageformen hinein, die keinen Kursschwankungen unterliegen. Entsprechend sank die Nachfrage nach Wertpapierfonds: Wenngleich sich im Jahresvergleich eine leichte Erholung abzeichnete, blieb der Nettoabsatz an Deka-Publikumsfonds negativ (-544 Mio. €). Folglich ging das von

Deutsche Leasing

Wirtschaftswachstum gab Rückenwind



Im Jahr 2011 setzte die deutsche Wirtschaft ihren Aufschwung fort: Das Bruttoinlandsprodukt wuchs um 2,6 Prozent. Entsprechend gut war die Investitionslaune der Unternehmen, die dabei verstärkt auf Leasing setzten: Laut Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen stieg das Leasing-Volumen um 7 Prozent auf rund 48,5 Milliarden Euro. Das spiegelte sich auch im Neugeschäft der Deutschen Leasing mit den westfälisch-lippischen Sparkassen wider.

Sparkassenorganisation gut positioniert

Als Marktführer in Deutschland und in enger Zusammenarbeit mit den Sparkassen verfügt die Deutsche Leasing über eine gute Wettbewerbsposition. Dies bestätigte sich auch 2011: Deutschlandweit erwirtschafteten die Verbundpartner ein um rund 400 Millionen Euro auf 3,0 Milliarden Euro gestiegenes Neugeschäft. Dabei vermittelten die westfälisch-lippischen Sparkassen ein Leasing-Volumen in Höhe von rund 361 Millionen Euro, 79 Millionen Euro mehr als im Vorjahr (+28,1 %) und deutlich über dem Branchenschnitt (+15,0 %). Die Zahl der Verträge stieg um 360 Stück auf 4.400 Stück (+9,0 %). Folglich lag das Leasing-Volumen je Vertrag um knapp ein Fünftel über dem Vorjahreswert – ein Zeichen für hohe Investitionssummen.

Auslandsgeschäft und DL-Direkt

Wachstumsmöglichkeiten sieht die Deutsche Leasing nun in der Begleitung mittelständischer Unternehmen ins Ausland. Ihr Angebot ist auf Investitionsvolumina ab 100.000 Euro zugeschnitten und passt somit bestens zum Firmenkundengeschäft der Sparkassen. In 23 Ländern – von den USA, Kanada und Brasilien über ganz Europa bis nach China – können Sparkassenkunden auf die Auslandsspezialisten der Deutschen Leasing zugreifen. Damit entsprechen die Verbundpartner dem Anspruch des deutschen Mittelstandes, vermehrt im Ausland zu investieren.

Zudem hat die Deutsche Leasing ihre Produktlinie DL-Direkt für Gewerbe- und Geschäftskunden weiterentwickelt. DL-Direkt ermöglicht es den Sparkassen, Investitionswünsche bis 150.000 Euro direkt am Verkaufsort zu erfüllen. Ziel ist es, dieses Angebot noch einfacher und schneller zu gestalten. Dafür hat die Deutsche Leasing bereits ihre Vertriebsaktivitäten ausgebaut: Nach ersten Einsätzen in drei Testregionen sind inzwischen bundesweit DL-Direkt-Gebietsleiter tätig.

S-Kreditpartner GmbH gestartet

Mit dem Ziel, die Auto- und Konsumentenfinanzierung der Sparkassenorganisation zu stärken, haben Deutsche Leasing und Landesbank Berlin zum 1. Juni 2011 ihre Aktivitäten in diesem Geschäftsfeld in der S-Kreditpartner GmbH gebündelt. Im Oktober 2011 hat die S-Kreditpartner GmbH zudem ausgewählte Aktivitäten der readybank ag übernommen, die als Tochter der WestLB AG bisher im Konsumentenkreditgeschäft tätig war. Seitdem ist die S-Kreditpartner GmbH wichtigster Verbundpartner der deutschen Sparkassen im Bereich der Konsumentenfinanzierung. In der Region Westfalen-Lippe arbeiten bereits 50 Institute mit ihr zusammen.

DSV-Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag)

Im Kartengeschäft Maßstäbe setzen



Im Jahr 2011 sicherte sich der Deutsche Sparkassenverlag (DSV) gemeinsam mit Tochter- und Beteiligungsunternehmen eine starke Marktposition: Die DSV-Gruppe erwirtschaftete mit ihren rund 1.750 Beschäftigten einen leicht über dem Vorjahresniveau liegenden Umsatz in Höhe von 880 Millionen Euro. Damit zählt sie weiterhin zu den umsatzstärksten Medienhäusern Deutschlands.

Breites Angebot

Mit den drei Geschäftssparten Medien, Kartensysteme und Systemhaus sowie den Tochter- und Beteiligungsunternehmen bietet der DSV der Sparkassenorganisation klassische Verlagsmedien wie Bücher, Ratgeberreihen, Fach- und Kundenzeitschriften ebenso an wie organisatorische Medien in Form von Vordrucken, technischen Geräten und Bankkarten. Ergänzt wird das Leistungsportfolio durch informatikgestützte Dienstleistungen, Internetangebote, elektronische Beratungssysteme und Agenturleistungen wie die Entwicklung und Verwirklichung von Kommunikationskonzepten und Veranstaltungen.

Treiber technischer Innovationen

Im Jahr 2011 begleitete das DSV-Tochterunternehmen S-CARD Service ein Vorzeigeprojekt im Bereich der Kontaktlos-Technologie: Als bundesweit erste Hochschulen führten die Technische Uni-

versität Dortmund und die Fachhochschule Dortmund sowie das Studentenwerk Dortmund eine multifunktionale Hochschulkarte mit Kontaktlos-Technologie ein. Die S-CARD Service unterstützte die Sparkasse Dortmund, die die Karte herausgab, bei der Konzeption und Projektplanung.

Ein weiteres Produkt, mit dem Sparkassen ihre starke Marktstellung weiter ausbauen können, ist die SparkassenCard Plus. Dabei handelt es sich um eine Debitkarte mit erweiterter Kreditfunktion, mit der Sparkassenkunden flexibel auf einen vereinbarten Kreditrahmen zurückgreifen können. Acht westfälisch-lippische Sparkassen gaben bereits im Jahr 2011 die Karte an ausgewählte Kunden aus. Die DSV-Gruppe lieferte die Kartenkörper, organisierte den Versand und unterstützte die Sparkassen unter anderem mit verschiedenen Werbemitteln.

Gemeinsame Marktkommunikation

Ebenso erfolgreich arbeiteten der DSV und der Sparkassenverband Westfalen-Lippe bei drei Mailing-Aktionen zu den Themen „Energetische Modernisierung“, „Junge Erwachsene und Eltern“ und „Altersvorsorge“ zusammen. An den Aktionen, die jeweils in enger Abstimmung mit der LBS West entstanden, beteiligten sich durchschnittlich rund 45 Sparkassen des Verbandsgebiets.

Wechsel von Münster nach Stuttgart

Im November 2011 ist Prof. Michael Ilg in die Geschäftsführung der DSV-Gruppe eingetreten, seit Januar 2012 steht er dem Unternehmen vor. An der Unternehmensspitze löste er Dr. Bernd Kobarg ab, der Ende 2011 nach fast 27-jähriger Führungsverantwortung für die DSV-Gruppe in Ruhestand ging. Zuvor war Ilg als Vizepräsident des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe tätig gewesen.

Finanz Informatik

Meilenstein erreicht



Als IT-Dienstleister der Sparkassenorganisation erreichte die Finanz Informatik im Jahr 2011 einen wichtigen Meilenstein: Sie schloss die flächendeckende Einführung der Gesamtbanklösung OSPlus bei den deutschen Sparkassen erfolgreich ab – und beendete damit gleichzeitig das bislang größte IT-Projekt der europäischen Bankenlandschaft.

OSPlus reibungslos eingeführt

Im Zuge der Einführung von OSPlus stellte die Finanz Informatik gemeinsam mit den deutschen Sparkassen insgesamt mehr als 130 Millionen Konten, 200.000 Arbeitsplätze sowie 55.000 Selbstbedienungsgeräte um. Dabei hielt sie sämtliche Fristen ein und auch die Kosten blieben im Plan. Ebenso gab es so gut wie keine Einschränkungen im Geschäftsbetrieb. Mit dem einheitlichen IT-System spart die Sparkassenorganisation seit Ende 2011 – und damit ein Jahr früher als ursprünglich geplant – jährlich mehr als 200 Millionen Euro.

OSPlus-Netzwerk

Die Finanz Informatik wendete im Jahr 2011 mehr als 100 Millionen Euro auf, um ihr Angebot weiterzuentwickeln. Die Neuerungen bezogen sich schwerpunktmäßig auf die Bereiche Multikanal-Vertriebslösungen, Geschäftsprozessunterstützung sowie Kreditabwicklung. Zudem setzte die Finanz

Informatik immer komplexer und umfangreicher werdende gesetzliche Anforderungen technisch um und gestaltete die Anwendungen noch nutzerfreundlicher. In einem weiteren wichtigen Aufgabenfeld stellte sie zusätzliche technische Infrastrukturen bereit, um bisher vor Ort vorgehaltene Systeme künftig zu bündeln. Für das Angebot OSPlus-Netzwerk (OSPN) als neue strategische Plattform für den Betrieb und die Verwaltung des Sparkassennetzes gewann sie weitere Kunden.

OSPlus – auch für Landesbanken

Darüber hinaus hat die Finanz Informatik den Einsatz von OSPlus bei Landesbanken vorangetrieben: Seit 2011 ist die Gesamtbanklösung bei der Landesbank Berlin, der SaarLB, der Bremer Landesbank sowie der Nord/LB im Einsatz. Auch hier verlief die Einführung planmäßig – ein weiterer Beleg dafür, dass die Finanz Informatik über die bei derart sensiblen Prozessen erforderlichen Fähigkeiten verfügt und eine gute Grundlage, den Marktanteil bei IT-Dienstleistungen in der gesamten Sparkassenorganisation weiter auszubauen.

Innovationen und IT-Trends im Blick

Mitte 2011 hat die Finanz Informatik ihre Tochterunternehmen SFirm und Star Finanz rückwirkend zum 1. Januar 2011 zur Star Finanz fusioniert. Das neue Unternehmen bietet eine umfassende Palette an Online- und Mobile-Lösungen aus einer Hand. Als Gesellschafter der giropay GmbH und technischer Betreiber des gleichnamigen Online-Bezahlverfahrens setzt Star Finanz zudem neue Maßstäbe im E-Commerce. Mit diesen gebündelten Leistungen wird die Finanz Informatik mit ihrer Tochter Star Finanz die Multikanalstrategie der Sparkassenorganisation mitgestalten, deren Electronic-Banking fortentwickeln und Synergien heben.

dwpbank

Wertpapiergeschäft robust gestaltet



Die Deutsche WertpapierService Bank AG (dwpbank) ist der deutschlandweit führende Anbieter von Wertpapierdienstleistungen für Kreditinstitute. Als sektorübergreifend tätige Transaktionsbank be- und verarbeitet sie für ihre Kunden große Teile der Wertschöpfungskette: Durch die Bündelung von Prozessen kann sie Stückkosten senken, Wissen konzentrieren und operationelle Risiken verringern. Im Geschäftsgebiet des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe betreut sie alle 72 Mitgliedssparkassen mit Dienstleistungen rund um das Kommissionsgeschäft und die Verwahrung sowie Verwaltung von Wertpapieren.

Service Center Wertpapiere unterstützt 43 Sparkassen

43 westfälisch-lippische Sparkassen und damit vier Institute mehr als im Vorjahr nutzten im Jahr 2011 ergänzend die Leistungen des Service Center Wertpapiere in Herford. Dieses übernimmt die noch bei den Sparkassen verbliebenen Tätigkeiten der Marktfolge wie die Stammdatenpflege, gesetzliche und aufsichtsrechtliche Kontrolltätigkeiten zu Kundenaufträgen sowie die Bearbeitung von Kundenweisungen zu Wertpapierüberträgen, Kapitaldiensten, Kapitalmaßnahmen und Hauptversammlungen. Zudem steht das Service Center den Wertpapierberatern für Fragen zur Verfügung und erstellt institutseigene Auswertungen. Dabei fragten Sparkassen 2011 verstärkt Leistungen ab,

die sie bei Compliance-Funktionen wie der Kontrolle von Beratungsprotokollen und Bögen des Wertpapierhandelsgesetzes unterstützen.

Robustes Geschäftsmodell

2011 stellte die dwpbank einmal mehr unter Beweis, dass sie auch vor dem Hintergrund eines rückläufigen Mengengeschäfts über ein robustes Geschäftsmodell verfügt: Mit 16,2 Millionen Euro erzielte sie den höchsten Jahresüberschuss seit ihrer Gründung. Dieses Ergebnis ist auch darauf zurückzuführen, dass sie im Vorjahr wesentliche Meilensteine bei der Vereinheitlichung der Systeme erreicht hatte und somit die System- und Fremdleistungskosten im Berichtsjahr deutlich senken konnte. Im Jahr 2011 verarbeitete die dwpbank 25,4 Millionen Kauf- und Verkaufstransaktionen (Vj. 28,5 Mio.) und betreute technisch 5,9 Millionen Wertpapierdepots (Vj. 7,5 Mio.).

FATCA: Gebündelte Umsetzung entlastet Kunden

Frühzeitig hat sich die dwpbank mit den Herausforderungen des US-amerikanischen Gesetzespakets „Foreign Account Tax Compliance Act“ (FATCA) auseinandergesetzt und ihre Vorstudie dazu im Januar 2011 abgeschlossen. Gleichzeitig nahm sie die Gremienarbeit mit kreditwirtschaftlichen Spitzenverbänden auf. Im Mai 2011 hat sie das dwpbank-Projekt FATCA gestartet. Im Mittelpunkt steht seitdem die technische Unterstützung der Kunden bei der Identifikation der Steuerpflichtigen und der anzupassenden Informationsübermittlung an Steuerbehörden. Der Bündelungsvorteil der dwpbank verringert erheblich den Umsetzungsaufwand für die angeschlossenen Institute.

2011 im Überblick

Sparkassen und Verband – kurz notiert

73	Sparkassen
1.455	Geschäftsstellen inklusive SB-Geschäftsstellen
28.099	Sparkassenmitarbeiter
	Davon
2.316	Auszubildende
118 Mrd. €	Bilanzsumme
1.615 Mio. €	Durchschnittliche Größe
239 Mio. € bis 8.484 Mio. €	Bandbreite der Bilanzsummen
4,5 Mio.	Girokonten
5,1 Mio.	SparkassenCards
2.514	Geldautomaten
324	Verbandsmitarbeiter
	Davon
139	in der Geschäftsstelle
101	in der Prüfungsstelle
84	in der Sparkassenakademie
61	Versammlungen/Sitzungen/Veranstaltungen der Geschäftsstelle
12.400	Prüfungstage der Prüfungsstelle
2.591	Seminare, Tagungen und Studiengänge der Akademie mit 25.740 Teilnehmern

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Robuste Konjunktur in Nordrhein-Westfalen

Die Wirtschaft Nordrhein-Westfalens ist mit Schwung ins Jahr 2011 gestartet. Seit dem Frühjahr hat die Konjunktur allerdings an Dynamik verloren. Der nachlassende Welthandel hat das Exportvolumen mehr und mehr gedämpft. Als Stabilitätsanker erwiesen sich – angesichts der robusten Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung – der private Konsum und der Wohnungsbau. Die Unternehmen haben daher ihre Investitionstätigkeit zum Jahresende hin leicht eingeschränkt. Mit einem realen Wirtschaftswachstum von 2,6% blieb die wirtschaftliche Entwicklung in Nordrhein-Westfalen robust, reichte aber nicht mehr ganz an das Niveau des Vorjahres (3,3%) heran. Im Jahr 2012 wird sich das Wirtschaftswachstum voraussichtlich deutlich verlangsamen.

Schwieriges weltwirtschaftliches Umfeld dämpfte Konjunktur im Jahresverlauf

Die kräftige konjunkturelle Entwicklung in Nordrhein-Westfalen seit dem massiven wirtschaftlichen Einbruch im Jahr 2009 war maßgeblich durch einen Aufholprozess geprägt. Im Jahr 2010 wurde dieser Prozess sowohl von einer steigenden Auslands- als auch von der Inlandsnachfrage getragen. Die dynamische Entwicklung dieser beiden Nachfragemerkmale setzte sich im ersten Quartal 2011 zunächst fort.

Im zweiten Vierteljahr expandierte die gesamtwirtschaftliche Produktion deutlich schwächer. Allerdings waren hierfür einige Sondereinflüsse verantwortlich: Die Bauinvestitionen waren im ersten Quartal 2011 infolge witterungsbedingter Nachholeffekte überzeichnet und gingen im zweiten Quartal entsprechend zurück. Die Abschaltung von Atomkraftwerken verursachte einen Rückgang der Energieerzeugung. Darüber hinaus wirkten gestiegene Energie- und Rohstoffpreise dämpfend auf die Konjunktur.

Die zweite Jahreshälfte 2011 wurde von einem fragilen weltwirtschaftlichen Umfeld dominiert. Die Verunsicherung über den Fortgang der Staatsschuldenkrise im Euro-Raum und die zwischenzeitliche politische Diskussion über die Schuldenobergrenze in den USA führten Ende

Juli und Anfang August zu erheblichen Turbulenzen auf den internationalen Finanzmärkten. Zeitgleich kam es zu einer merklichen Abkühlung der Weltwirtschaft. In zahlreichen Industrieländern, allen voran die Peripherieländer des Euro-Raums, sorgten staatliche Konsolidierungsmaßnahmen für einen Rückgang der Konjunkturdynamik. Viele Schwellenländer haben kontraktive wirtschaftspolitische Maßnahmen eingeleitet, um konjunkturellen Überhitzungsgefahren entgegenzuwirken.

In diesem schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld expandierten die Exporte wesentlich schwächer als im Vorjahr. Hierzu hat sicherlich auch die Tatsache beigetragen, dass die Automobilindustrie in Nordrhein-Westfalen schwerpunktmäßig auf europäische Märkte ausgerichtet ist und daher besonders stark vom Konjunkturabschwung im Euro-Raum betroffen war. Dämpfend im Hinblick auf die Produktion im verarbeitenden Gewerbe dürfte auch die hohe Bedeutung der Stahlindustrie gewirkt haben, die erfahrungsgemäß sehr sensibel auf konjunkturelle Schwankungen reagiert.

Wohnungsbau und Konsum wirkten stabilisierend

Konjunktur stabilisierend wirkten hingegen die private Wohnungsbau- und Konsumnachfrage. Der private Wohnungsbau profitierte vom günstigen Hypothekenzinsniveau, der krisenbedingten Präferenz der Privathaushalte für sichere Anlageformen und der staatlichen Förderung der energetischen Sanierung. Der allgemein hohe Beschäftigungsstand, die zunehmende Arbeitsplatzsicherheit und steigende Einkommen sorgten für einen Anstieg der privaten Konsumnachfrage.

Die Zuwächse im Wohnungsbau und beim privaten Konsum konnten die Rückgänge im Exportgeschäft jedoch nicht vollständig kompensieren. Die Unternehmen schränkten daher ihre Investitionstätigkeit zum Jahresende 2011 hin leicht ein. Insgesamt blieb das Investitionsklima jedoch intakt. Hierzu dürften insbesondere die günstigen Finanzierungsbedingungen beigetragen haben, die auf die anhaltend expansive Geldpolitik der Europäischen Zentralbank zurückzuführen sind.

Positive Arbeitsmarktentwicklung setzte sich fort

Ungeachtet der Konjunkturertrübung hat sich der Beschäftigungsaufschwung in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2011 fortgesetzt. Im Jahresdurchschnitt 2011 waren knapp 729.000 Personen arbeitslos gemeldet; das waren rund 51.000 Personen weniger als im Vorjahr. Die Arbeitslosenquote sank damit um 0,6 %-Punkte auf 8,1%. Die gesamtwirtschaftlich bedeutende sozialversicherungspflichtige Beschäftigung stieg um rund 145.000 Beschäftigte. Ursächlich dafür waren die hohe Auslastung der Produktionskapazitäten und die moderaten Lohnzuwächse in den vergangenen Jahren. In zunehmendem Maße macht sich allerdings auch der demografische Wandel am Arbeitsmarkt bemerkbar. Nach Schätzung der Bundesagentur für Arbeit wird das Erwerbspersonenpotenzial in Nordrhein-Westfalen bis zum Jahr 2025 um 1,3 Millionen Erwerbstätige sinken; darunter sind rund 1 Million Fachkräfte. Mehr als ein Viertel der Unternehmen sehen daher im Mangel an qualifiziertem Personal ein erhebliches Risiko für den künftigen Geschäftserfolg. Die Einstellungsbereitschaft der Betriebe ist entsprechend hoch.

Wirtschaftswachstum verlangsamt sich im Jahr 2012

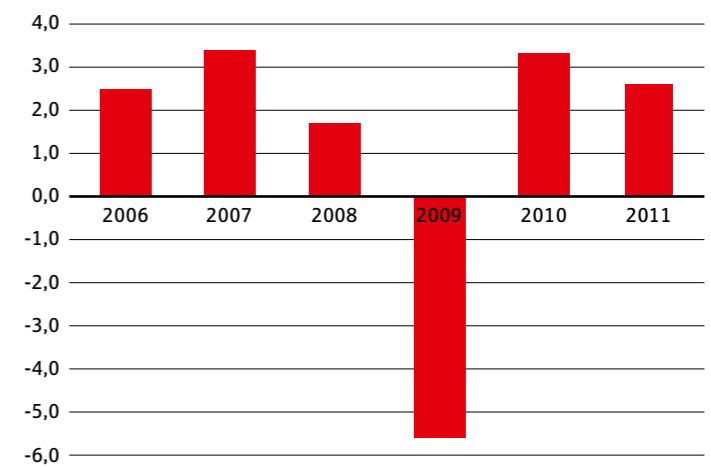
Die zuletzt beobachtete Grundtendenz der nordrhein-westfälischen Wirtschaft dürfte in den ersten Monaten des Jahres 2012 bestehen bleiben. Belastend wirkt der weiterhin schwach expandierende Welthandel, der den Auslandsabsätzen kaum Impulse geben wird. Unter der Annahme, dass die Unsicherheit im Euro-Raum langsam zurückgeht, weil die Staatsschuldenkrise an Schärfe verliert und die Weltwirtschaft allmählich ihre Schwäche überwindet, wird die Konjunktur in Nordrhein-Westfalen voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte wieder an Dynamik gewinnen.

Stabilisierende Effekte dürften vor allem von der Geldpolitik der Europäischen Zentralbank ausgehen. Da die wirtschaftliche Entwicklung in vielen Mitgliedsländern der Währungsunion wesentlich schwächer verläuft als in Deutschland, werden die Leitzinsen wohl auch im Jahr 2012 hierzulande tendenziell zu niedrig sein und daher belebend wirken. Das niedrige Zinsniveau dürfte sowohl die Unternehmensinvestitionen als auch den privaten Wohnungsbau stützen. Positive Impulse werden voraussichtlich auch weiterhin vom privaten Konsum ausgehen. Der Beschäftigungsaufbau wird sich fortsetzen. Darüber hinaus werden die Tarifverdienste zulegen. Insgesamt ist für das Jahr

2012 in Nordrhein-Westfalen mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts zwischen 0,5% und 0,7% zu rechnen.

Nach dem starken Anstieg des allgemeinen Preisniveaus im Jahr 2011 dürfte die Inflationsrate im Jahr 2012 unter der Annahme konstanter Ölpreise und eines stabilen Wechselkurses des Euro wieder auf ihr Normalniveau zurückgehen. Der nachlassende Welthandel wird voraussichtlich zu einem geringeren Anstieg der Importpreise führen. Die schwächere Kapazitätsauslastung der Unternehmen dürfte den inländischen Preisdruck verringern.

Wachstumsraten des realen Bruttoinlandsprodukts in Nordrhein-Westfalen in %



Geschäftsergebnis 2011

Westfälisch-lippische Sparkassen erwirtschafteten erneut ein auskömmliches Betriebsergebnis

Für die westfälisch-lippischen Sparkassen war 2011 ein gutes Jahr: Ihre Kunden vertrauten ihnen Einlagen in Höhe von 82,8 Mrd. € an – das waren 1,8 Mrd. € mehr als ein Jahr zuvor (+2,2%). Gleichzeitig standen Kredite in Höhe von 78,4 Mrd. € in den Büchern – im Vergleich zum Vorjahr entsprach dies einem Zuwachs von 2,4 Mrd. € (+3,2%). Mit Kreditzusagen in Höhe von 14,1 Mrd. € stützten die westfälisch-lippischen Sparkassen außerdem erheblich das Wirtschaftswachstum in der Region – ein Plus in Höhe von 376 Mio. € (+2,7%). Die Bilanzsumme stieg um 2,0 Mrd. € auf 117,9 Mrd. € (+1,8%). Das Betriebsergebnis vor Bewertung fiel mit 1,426 Mrd. € bzw. 1,22% der Durchschnittsbilanzsumme erneut auskömmlich aus (Vj. 1,487 Mrd. €, 1,29%).

Geschäftsentwicklung mit Firmenkunden

Investitionslaune nahezu ungetrübt

Staatsschuldenkrise und Finanzmarkturbulenzen machten sich bei den Unternehmen kaum bemerkbar: Die Auftragsbücher blieben im Jahresverlauf lange gut gefüllt. Gleichzeitig war die Eigenkapitaldecke der kleinen und mittleren Unternehmen mit mehr als 18% so dick wie nie. Die Firmen blickten deshalb selbstbewusst in die Zukunft und investierten in zusätzliche Kapazitäten. Erst zum Jahresende ließ die Güternachfrage etwas nach – vermutlich verunsicherten die anhaltenden Krisenmeldungen. Doch die Finanzierungsbedingungen blieben günstig und die Produktionskapazitäten stark ausgelastet. Die Investitionslaune trübte sich deshalb nur leicht ein. Ein Indikator hierfür sind die Ausrüstungsinvestitionen, also die Investitionen in Maschinen, Geräte und Fahrzeuge: Im Vergleich zum Vorjahr stiegen sie um 8,3%.

Kredite und Einlagen abermals erhöht

Entsprechend hoch war die Kreditnachfrage der Unternehmen: Die westfälisch-lippischen Sparkassen sagten ihren Firmenkunden Kredite in Höhe von 7,6 Mrd. € zu. Damit übertrafen sie das schon im Vorjahr außerordentliche Neugeschäft nochmals um 403 Mio. € (+5,6%). Die Finanz-

mittel flossen zu 90% als mittel- und langfristige Kredite – ein zusätzliches Zeichen für die starke Investitionsneigung der Unternehmen und gleichzeitig Beleg für die Verlässlichkeit der westfälisch-lippischen Sparkassen: Eine „Kreditklemme“ gab es bei ihnen nicht.

Die gesunde Ertragslage der Unternehmen spiegelte sich auch im Einlagenbestand der Firmenkunden wider: Mit anhaltenden Absatzerfolgen stieg der Bestand im Jahresverlauf deutlich an. Zum Jahresultimo hatten die Unternehmen 14,9 Mrd. € bei den westfälisch-lippischen Sparkassen angelegt, 1,0 Mrd. € mehr (+7,1%) als im Jahr zuvor.

Geschäftsentwicklung mit Kommunen

Finanzlage blieb angespannt

Die gute Konjunktur des Jahres 2011 nutzte auch den Kreisen, Städten und Gemeinden in Westfalen-Lippe: Ihre Einnahmen stiegen wieder. Einen Grund zur Entwarnung gab es dennoch nicht: Trotz Konsolidierungskurs konnten viele Kommunen Defizite nicht vermeiden, weil die Einnahmen die hohen Ausgaben – insbesondere im Sozialbereich – weiterhin nicht ausglich. Außerdem belasteten Kassenkredite in Rekordhöhe: Mittlerweile machen sie ein Drittel des gesamten Kreditbestands der westfälisch-lippischen Kreise, Städte und Gemeinden aus. Sobald das Zinsniveau wieder steigt, wird dies ihre Zinslast umso mehr erhöhen. Nicht zuletzt dadurch vergrößerte sich die Kluft zwischen finanzstärkeren und armen Kommunen.

Kredite gefragt, Einlagen rückläufig

Die westfälisch-lippischen Sparkassen standen zum traditionellen Bündnis mit ihren Trägern: Sie sagten Kommunalkredite in Höhe von 621 Mio. € zu, 43 Mio. € mehr als im Vorjahr (+7,6%). Drei Viertel des Zusagevolumens vergaben die westfälisch-lippischen Sparkassen in Form von mittel- und langfristigen Geldern und trugen auf diese Weise dazu bei, die kommunalen Finanzen unabhängiger von kurzfristigen Zinsentwicklungen zu machen.

Die kurzfristigen Einlagen sanken um ein Fünftel auf 767 Mio. € (Vj. 971 Mio. €, -21%). Zusammen mit den Beständen an Spareinlagen, Sparbriefen (Eigenemissionen) und Termingeldern hatten die Kommunen am Jahresende rund 1,7 Mrd. € bei den westfälisch-lippischen Sparkassen angelegt (Vj. 1,9 Mrd. €, -11,2%).

Kommunale Verschuldungsdiagnose ausgebaut

Um die Kommunen über das Kredit- und Einlagengeschäft hinaus zu unterstützen, bauten die westfälisch-lippischen Sparkassen ihr Beratungsangebot mit der „Kommunalen Verschuldungsdiagnose“ weiter aus. Mit dieser Offerte ermöglichen sie Kommunen ein aktives Schuldenmanagement. Dafür nehmen die Sparkassen sämtliche Positionen des kommunalen Schuldenportfolios auf und stellen das gesamte Zinsmanagement auf den Prüfstand. Die Diagnose veranschaulicht die im Zeitablauf auftretenden Belastungen und spielt mögliche Szenarien bei sich änderndem Marktumfeld durch. Damit ist das Angebot der Kommunalen Verschuldungsdiagnose deutschlandweit einmalig. In der Region Westfalen-Lippe haben sich mittlerweile 83 Kommunen mit Unterstützung der hiesigen Sparkassen einen Überblick über ihre Verschuldungssituation verschafft.

Geschäftsentwicklung mit Privatkunden

Sicherheit ging vor

Die deutschen Privatanleger setzten im Jahr 2011 wieder vor allem auf Sicherheit. Die anhaltenden Finanzmarkturbulenzen festigten ihren Wunsch nach bleibenden Werten, allen voran Wohneigentum. Das niedrige Hypothekenzinsniveau, gestiegene Inflationserwartungen, die Unsicherheiten im Hinblick auf alternative Finanzanlagen und die staatliche Förderung der energetischen Sanierung stützten diese Einstellung noch. Aber auch der Bausparvertrag und das klassische Sparbuch spielten nach wie vor eine wichtige Rolle.

Betongold stark gefragt

Und so blieb auch das Kreditneugeschäft der westfälisch-lippischen Sparkassen auf dem hohen Niveau des boomenden Vorjahres: Sie sagten ihren Privatkunden Wohnraumdarlehen in Höhe von 4,1 Mrd. € zu (+0,4%). Den Wohnungsneubau unterstützten die westfälisch-lippischen Sparkassen mit 784 Mio. € (Vj. 783 Mio. €, +0,1%). Für den Kauf von gebrauchten Immobilien, aber vor allem für die energetische Modernisierung und Instandsetzung von Wohnraum erhielten Privatkunden knapp 3,1 Mrd. € (Vj. 3,0 Mrd. €, +1,4%).

Mit Unterstützung der westfälisch-lippischen Sparkassen wechselten 5.900 Wohnobjekte den Eigentümer, im Vergleich zum Vorjahreszeitraum war dies ein Plus von 600 Einheiten (+11,2%). Dabei stiegen die Kaufpreise der vermittelten Objekte um durchschnittlich 4,5% – ein Hinweis auf eine teilweise Angebotsverknappung.

Mit dem Boom der Immobilienanlage blieb auch das Bauspargeschäft beliebt. Insgesamt schlossen die Privatkunden der westfälisch-lippischen Sparkassen 111.800 Bausparverträge (Vj. 117.000 Stück, -4,5%) mit einem Volumen von 2,350 Mrd. € (Vj. 2,324 Mrd. €, +1,1%) ab. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die durchschnittliche Bausparsumme damit um rund 1.200 € auf 21.000 €. Offensichtlich ist Bausparen auch bei einem niedrigen Zinsniveau für viele attraktiv: Die neuen Bausparer setzten verstärkt auf Tarife, die ihnen die im Jahr 2011 besonders günstigen Finanzierungsbedingungen sicherten (Bausparsumme 2011 1,7 Mrd. €; Vj. 1,6 Mrd. €, +4,9%). Dazu zählten auch die Tarife mit Riester-Förderung, die Privatkunden verstärkt in die Baufinanzierungen einbanden (Bausparsumme 2011 515 Mio. €; Vj. 484 Mio. €, +6,4%).

Lust auf Altersvorsorge uneinheitlich

Über alle vier Riester-Produkte der westfälisch-lippischen Sparkassenfamilie hinweg – also Riester-Bausparvertrag, Sparplan S-Vorsorge-Plus, Fondssparplan Deka-BonusRente und Prämien-Rente der Provinzial – vermittelten die westfälisch-lippischen Sparkassen 33.200 Neuverträge (Vj. 40.300, -17,5%). Bei einem gleichbleibenden Marktanteil von rund 50% deutet dieses Neugeschäft darauf hin, dass die „Riester-Lust“ insgesamt weiter nachließ.

Einen Lichtblick beim Thema Altersvorsorge boten dagegen die klassischen Lebensversicherungen, also Renten-, Kapital-, Risiko- sowie fondsgebundene Lebensversicherungen. Die Zahl der von den westfälisch-lippischen Sparkassen an die Westfälische Provinzial vermittelten Neuabschlüsse stieg um 2,5% auf 34.850 Verträge (Vj. 34.000). Inklusive der Riester- und Rürup-Verträge bauten die Sparkassen die bewertete Beitragssumme im Vermittlungsgeschäft mit der Westfälischen Provinzial um 22,4 Mio. € auf 795,3 Mio. € aus (+2,9%).

Einlagenbestand gestiegen

Obwohl die Privatkunden der westfälisch-lippischen Sparkassen stark in Immobilien investierten und hierfür sicherlich zu großen Teilen ihr Ersparnis einsetzten, stieg ihr Einlagenbestand zum Jahresende um 929 Mio. € auf 63,5 Mrd. € (+1,5%).

Einen zunehmenden Teil legten sie zugunsten einer etwas höheren Rendite länger laufend an: Zum Jahresende hielten sie 8,8 Mrd. € in Eigenemissionen und Termingeldern, 856 Mio. € mehr als im Vorjahr (+10,8%). Dagegen verringerten sie ihren Spareinlagenbestand im Vorjahresvergleich um 621 Mio. € auf 33,1 Mrd. € (-1,8%) – trotzdem blieben Spareinlagen mit Abstand die beliebteste Anlageform. Die Sichteinlagen, also die täglich fälligen Gelder, stiegen um 694 Mio. € auf 21,6 Mrd. € (+3,3%). Demnach behaupteten sich die Sparkassen einmal mehr im Wettbewerb bei Tagesgeldern und Geldmarktkonten.

Wertpapiergeschäft erholte sich

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Wertpapierumsätze der Privatkunden um 1,1 Mrd. € auf 10,3 Mrd. € (+12,2%). Dabei kauften die Privatkunden insgesamt mehr Wertpapiere, als sie verkauften: Bis zum Jahresende setzten die westfälisch-lippischen Sparkassen netto Wertpapiere in Höhe von 10 Mio. € (Vj. -188 Mio. €) ab.

Auffällig waren die Verschiebungen zwischen den Anlageklassen: Zum einen schienen sich die Kunden weiterhin sichere Anlageformen zu wünschen, sowohl bei der Verzinsung als auch beim Kapitalerhalt. Deshalb legten sie vermehrt in festverzinslichen Wertpapieren an. Bei Investmentfonds und hier insbesondere Rentenfonds hielten sie sich dagegen zurück. Zum anderen investierten sie aber auch wieder verstärkt in Aktien, insbesondere nach dem Einbruch der Aktienkurse ab Jahresmitte. Damit setzten die Kunden bereits um, was Experten zum Jahresende verstärkt empfahlen: Viele Unternehmen standen 2011 finanziell gut dar und waren deshalb relativ unabhängig vom Kapitalmarkt. Die Dividenden waren zuletzt oft höher als die Renditen anderer Anlagen. Deshalb waren Werte der deutschen Industrie besonders attraktiv: Deren Absatzmärkte sind gut gestreut – 2010 exportierte Deutschland rund 41% in die Euro-Zone, 30% in andere europäische Länder und 29% in Länder außerhalb Europas –, außerdem stützt die deutsche Konsumlust die Marktentwicklungen.

Aus dem Nettoabsatz im Wertpapiergeschäft und dem Einlagenzuwachs errechnet sich, dass die Privatkunden Geldvermögen in Höhe von 919 Mio. € bildeten (Vj. 1,388 Mrd. €, -33,8%).

Jahresergebnis

Betriebsergebnis auf hohem Niveau

Vor dem Hintergrund dieser Geschäftsentwicklung erzielten die westfälisch-lippischen Sparkassen ein Betriebsergebnis vor Bewertung in Höhe von 1,426 Mrd. € bzw. 1,22% der Durchschnittsbilanzsumme (DBS). Erwartungsgemäß lag das Ergebnis um 61 Mio. € bzw. 0,07%-Punkte unter dem des Vorjahres (1,487 Mrd. €, 1,29% der DBS).

Diese Entwicklung war vor allem im Zinsüberschuss begründet, der traditionellen Haupteinnahmequelle: Wie schon im Jahr 2010 wurde kurzfristiges Geld zwar auch 2011 niedriger verzinst als langfristiges Geld, so dass die Sparkassen Erlöse aus der Fristentransformation erzielen konnten. Durch die beiden Leitzinsanhebungen im April sowie im Juli 2011 um insgesamt 0,5%-Punkte nahm der Unterschied aber ab. In der Folge erwirtschafteten die westfälisch-lippischen Sparkassen einen im Vorjahresvergleich etwas geringeren Zinsüberschuss in Höhe von 2,709 Mrd. € (Vj. 2,772 Mrd. €, -2,3%).

Den Provisionsüberschuss steigerten die Sparkassen auf 720 Mio. € (Vj. 701 Mio. €, +2,7%). Neben den höheren Umsätzen mit festverzinslichen Wertpapieren zeichnete sich hier insbesondere das gute Versicherungs- und Immobiliengeschäft ab.

Insgesamt erzielten die Sparkassen somit einen im Vorjahresvergleich um 21 Mio. € auf 764 Mio. € gestiegenen ordentlichen Ertrag (Vj. 743 Mio. €, +2,9%).

Für die 28.099 Beschäftigten (Vj. 28.211) fiel ein Personalaufwand in Höhe von 1,303 Mrd. € an (Vj. 1,280 Mrd. €, +1,8%). Der Anstieg ist auf Tariflohnanpassungen zurückzuführen (Januar 2011 0,6%; August 2011 0,5%).

Unabhängig davon behielten die westfälisch-lippischen Sparkassen ihren Personalbestand einmal mehr im Blick: Wie überall in Deutschland ist auch bei ihnen die demografische Entwicklung zu erkennen. Seit 2006 hat sich das Durchschnittsalter der Beschäftigten um ein Jahr auf jetzt rund 42 Jahre erhöht. Unter anderem deshalb legen die westfälisch-lippischen Sparkassen besonderen Wert auf die Fortbildung ihrer Mitarbeiter. Und so wies die Westfälisch-Lippische Sparkassenakademie im Jahr 2011 einen neuen Rekordwert bei

den Teilnehmerzahlen aus: Statistisch gesehen schulte sie jeden Sparkassenmitarbeiter einmal (Vj. 25.740 Teilnehmer, +9,2%). Außerdem setzten sich die westfälisch-lippischen Sparkassen verstärkt für den Nachwuchs ein: 2.316 junge Leute durchliefen bei ihnen eine Ausbildung, 107 mehr als im Vorjahr (2.209). Damit liegt die Ausbildungsquote der westfälisch-lippischen Sparkassen bei 8,2% – ein Wert, der ihr Engagement gut verdeutlicht: Die Kreditwirtschaft insgesamt weist eine Quote von 6% aus.

Die Sachaufwendungen blieben mit 716 Mio. € unter denen des Vorjahres (Vj. 721 Mio. €, -0,7%). Die Sparkassen haben die Kosten in vielen Bereichen stabil halten bzw. sogar senken können, besonders bei der Informationstechnologie.

Insgesamt lag der ordentliche Aufwand bei 2,045 Mrd. € (Vj. 2,027 Mrd. €, +0,9%).

Die Cost-Income-Ratio betrug 58,6% (Vj. 57,4%). Um 1 € Ertrag zu erzielen, wendeten die westfälisch-lippischen Sparkassen weniger als 0,60 € auf. Damit blieben sie zum zweiten Mal in Folge unter der angestrebten Zielgröße von 60,0%.

Risikovorsorge bei Finanzmarkturbulenzen

Die Finanzmarkturbulenzen des Jahres führten bei den Wertpapieranlagen zu rückläufigen Kursentwicklungen. Die westfälisch-lippischen Sparkassen ermittelten deshalb einen Abschreibungsbedarf von 139 Mio. € (Vj. 34 Mio. €). Dagegen machte sich die Schuldenkrise einiger Euro-Länder und insbesondere der sogenannten PIIGS-Staaten Portugal, Italien, Irland, Griechenland und Spanien kaum bemerkbar, weil die westfälisch-lippischen Sparkassen hier in Summe nur wenig engagiert waren: Die Kurswerte der Eigenanlagen betrugen im Verbandsdurchschnitt 1,45% des wirtschaftlichen Eigenkapitals.

Die insgesamt robuste gesamtwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2011 verringerte die Risiken im Kreditgeschäft. Die westfälisch-lippischen Sparkassen mussten mit 120 Mio. € nochmals weniger vorsorgen als im Vorjahr (Vj. 174 Mio. €, -30,9%). Damit wiesen die westfälisch-lippischen Sparkassen die niedrigste Risikovorsorge im Kreditgeschäft in diesem Jahrtausend aus – eine geringere Risikovorsorge bildeten sie letztmals im Jahr 1999 (-24 Mio. €).

Die westfälisch-lippischen Sparkassen entrichteten gewinnabhängige Steuern in Höhe von 347 Mio. € (Vj. 426 Mio. €, -18,6%).

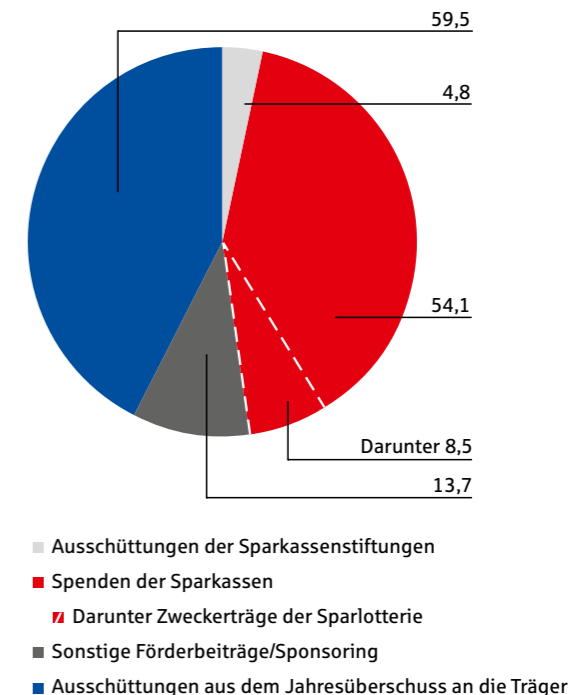
Auskömmliches Jahresergebnis

Vor dem Hintergrund der noch moderaten Bewertungsmaßnahmen blieb den westfälisch-lippischen Sparkassen 2011 ein auskömmliches Jahresergebnis in Höhe von 184 Mio. € (Vj. 168 Mio. €, +9,8%).

Gemeinwohl im Blick

Daneben setzten sich die westfälisch-lippischen Sparkassen verlässlich für das Gemeinwohl ein: Sie haben 132,1 Mio. € gestiftet, gespendet oder ausgeschüttet (Vj. 135,3 Mio. €, -2,4%). Unter anderem haben sie neues Stiftungskapital in Höhe von 15,3 Mio. € gebildet. 98 Sparkassenstiftungen stellen der Region jetzt ein Kapital in Höhe von 206,3 Mio. € zur Verfügung (+8,0%).

Gemeinnütziges Engagement der westfälisch-lippischen Sparkassen im Jahr 2011 In Mio. €



Bilanzzahlen			
	Bestand in Mio. € 31.12.2011	Veränderung in % 2011	Veränderung in % 2010
Kundeneinlagen	82.818	2,2	3,2
Kundenkredite	78.409	3,2	3,3
Bilanzsumme	117.928	1,8	1,5
Durchschnittliche Bilanzsumme (DBS)	116.456	1,0	1,7

Kundeneinlagen			
	Bestand in Mio. € 31.12.2011	Veränderung in % 2011	Veränderung in % 2010
Spareinlagen	34.154	-1,8	4,5
Eigenemissionen	8.688	10,4	-11,1
Termineinlagen	7.927	11,2	-8,1
Sichteinlagen	32.049	2,6	9,2
Insgesamt	82.818	2,2	3,2

Kundenkredite nach Fristigkeit			
	Bestand in Mio. € 31.12.2011	Veränderung in % 2011	Veränderung in % 2010
Kurzfristige Kredite (inkl. Wechselkredite)	6.344	0,3	3,2
Mittel- und langfristige Kredite (inkl. Treuhandkredite)	72.066	3,5	3,3
Insgesamt (inkl. Treuhandkredite)	78.409	3,2	3,3

Kredite nach Kundengruppen			
	Bestand in Mio. € 31.12.2011	Veränderung in % 2011	Veränderung in % 2010
Privatpersonen	36.559	1,0	0,5
Unternehmen	36.907	4,4	4,5
Öffentliche Haushalte	3.739	13,9	25,6
Sonstige	1.205	5,3	3,4
Insgesamt	78.409	3,2	3,3

Kredite für den Wohnungsbau*			
	In Mio. € 2011	Veränderung in % 2011	Veränderung in % 2010
Darlehenszusagen für den Wohnungsbau	5.294	0,2	10,6
Darlehensauszahlungen für den Wohnungsbau	5.148	9,2	5,1

*Über alle Kundengruppen.

Bilanz der westfälisch-lippischen Sparkassen

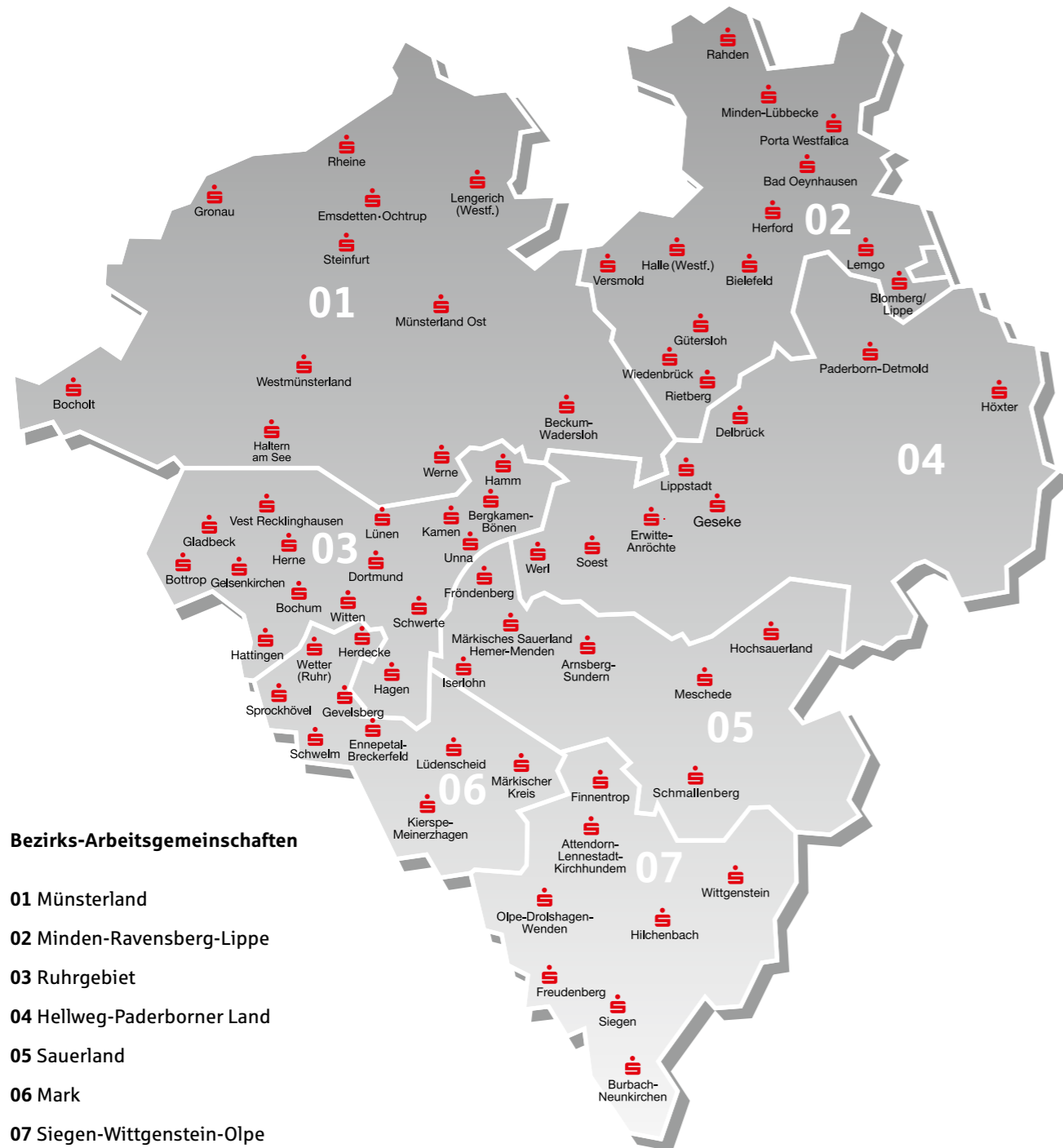
Aktiva

Entwicklung von 2009 bis 2011 (gemäß Bilanzstatistik)										
	Bestand 2009		Veränd. 2010		Bestand 2010		Veränd. 2011		Bestand 2011	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Kassenbestand	733	0,6	-34	-4,6	699	0,6	-17	-2,4	682	0,6
Guthaben bei Zentralnotenbanken	1.927	1,7	-93	-4,8	1.834	1,6	38	2,1	1.871	1,6
Wechsel	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Forderungen an Banken (MFIs)	7.205	6,3	602	8,4	7.808	6,7	378	4,8	8.186	6,9
Forderungen an Nichtbanken (Nicht-MFIs)	73.406	64,3	2.454	3,3	75.859	65,5	2.454	3,2	78.313	66,4
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere	17.947	15,7	-1244	-6,9	16.702	14,4	-334	-2,0	16.369	13,9
Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere	9.172	8,0	162	1,8	9.333	8,1	-328	3,5	9.006	7,6
Beteiligungen	1.864	1,6	-34	-1,8	1.830	1,6	-35	-1,9	1.795	1,5
Anteile an verbundenen Unternehmen	52	0,0	0	-0,5	52	0,0	10	18,8	61	0,1
Treuhandvermögen	164	0,1	-46	-27,9	118	0,1	-27	-22,8	91	0,1
Sachanlagen	1.136	1,0	-43	-3,8	1.092	0,9	-55	-5,0	1.037	0,9
Sonstige Aktiva	580	0,5	-23	-4,0	557	0,5	-41	-7,3	516	0,4
Bilanzsumme	114.185	100,0	1.700	1,5	115.884	100,0	2.044	1,8	117.928	100,0

Passiva

Entwicklung von 2009 bis 2011 (gemäß Bilanzstatistik)										
	Bestand 2009		Veränd. 2010		Bestand 2010		Veränd. 2011		Bestand 2011	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Verbindlichkeiten gg. Banken (MFIs)	21.419	18,8	-1.669	-7,8	19.750	17,0	-148	-0,7	19.603	16,6
Verbindlichkeiten gg. Nichtbanken (Nicht-MFIs)	76.363	66,9	3.014	3,9	79.377	68,5	2.146	2,7	81.523	69,1
Davon: Spareinlagen	33.285	29,2	1.500	4,5	34.785	30,0	-631	-1,8	34.154	29,0
andere Verbindlichkeiten	43.078	37,7	1.514	3,5	44.592	38,5	2.778	6,2	47.369	40,2
Verbriefte Verbindlichkeiten	1.601	1,4	-441	-27,6	1.160	1,0	-293	-25,3	867	0,7
Davon: Schuldverschreibungen	1.552	1,4	-471	-30,4	1.081	0,9	-243	-22,5	838	0,7
Geldmarktpapiere	49	0,0	30	61,3	79	0,1	-50	63,9	29	0,0
Treuhandverbindlichkeiten	164	0,1	-46	-27,9	118	0,1	-27	-22,8	91	0,1
Wertberichtigungen	198	0,2	-13	-6,3	186	0,2	-4	-2,1	182	0,2
Rückstellungen	1.537	1,3	165	10,7	1.702	1,5	-84	-5,0	1.618	1,4
Nachrangige Verbindlichkeiten	601	0,5	-18	-3,0	583	0,5	-57	-9,7	527	0,4
Genussrechtskapital	29	0,0	0	0,3	29	0,0	-22	-74,6	7	0,0
Fonds für allgemeine Bankrisiken	487	0,4	192	39,5	679	0,6	293	43,1	972	0,8
Eigenkapital	6.061	5,3	102	1,7	6.163	5,3	118	1,9	6.281	5,3
Sonstige Passiva	5.723	5,2	413	7,2	6.136	5,3	122	2,0	6.258	5,3
Bilanzsumme	114.185	100,0	1.700	1,5	115.884	100,0	2.044	1,8	117.928	100,0
Aus dem Wechselbestand vor Verfall versandter Wechsel	3	-	2	80,8	5	-	-1	-18,2	4	-
Geschäftsvolumen	114.188	-	1.702	1,5	115.890	-	2.043	1,8	117.933	-
Bürgschaften	1.940	-	160	8,3	2.101	-	9	0,4	2.109	-

Mitgliedssparkassen in Westfalen-Lippe



Bezirks-Arbeitsgemeinschaften

- 01 Münsterland
- 02 Minden-Ravensberg-Lippe
- 03 Ruhrgebiet
- 04 Hellweg-Paderborner Land
- 05 Sauerland
- 06 Mark
- 07 Siegen-Wittgenstein-Olpe

Ansprechpartner des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe

<p>Vorstandsvorsitzender Präsident Dr. Rolf Gerlach</p> 		<p>Vorstandsmitglied Vizepräsident Jürgen Wannhoff</p> 	
<p>Stabsstelle Kommunikation Andreas Löbbe</p>			
<p>Akademie</p>  <p>Leiterin Barbara Sonnenberg</p> <p>Stv. Leiter Jürgen Köhling</p> <p>Fachbereich Vertrieb Andreas Meseke</p> <p>Fachbereich Banksteuerung und Stab Gerda-Marie Frenkert</p> <p>Fachbereich Eignungsdiagnostik und Training Gunter Nittel</p> <p>Fachbereich Studiengänge Thomas Möller</p> <p>Referat Prüfungswesen Anja Gehringhoff</p> <p>Fachbereich Verwaltung / Wirtschaftsbereich Stephan Herzig</p>		<p>Geschäftsstelle</p> <p>Abteilung Beteiligungen / Grundsatzfragen Anna Becker Referat Beteiligungen / Grundsatzfragen Referat Research</p> <p>Abteilung Recht / Steuern Henning Richerzhagen Referat Zivil-, Bank- und Sparkassenrecht Referat Steuerrecht StB Martin Beckmann Referat Dienstvertragsrecht / Arbeitsrecht</p> <p>Kompetenz-Center Banksteuerung Wilhelm Rütter</p> <p>Kompetenz-Center Markt / Vertrieb Birgitta Sophie Konrad</p> <p>Kompetenz-Center Organisation / Prozesse Bernward Schroer</p> <p>Abteilung Finanzen / Gremien Guido Eidecker Referat Gremien Dr. Daniel Thiry</p> <p>Abteilung Interne Dienstleistungen Berthold Kalthoff</p>	
<p>Prüfungsstelle</p>  <p>Leiter WP/StB Ralf Thiemann</p> <p>Stv. Leiter WP/StB Klaus Menke WP/StB Arne Wagner</p> <p>Innendienst Leitende Mitarbeiterin WP/StB Isabel Tuschhoff Referat I Risikoprüfung, Tochtergesellschaften StB Michael Lampen Referat II Jahresabschluss, Geldwäsche WP/StB Isabel Tuschhoff Referat III Prüfungsdisposition Monika Müller Referat IV Prüfungsunterstützende IT Ludger Borgmann Referat V Personal, Depot- und Wertpapierdienstleistungsgeschäft Klaus Kesting Referat VI Berichtsfertigung und -kontrolle Heinrich Wibbeke</p> <p>Außendienst / IT-Prüfung Leitende Mitarbeiter/in WP/StB Klaus Dittrich WP/StB Volker Grobbel WP/StB Christoph Harmann WP/StB Bianca Lange WP/StB Sebastian Sting</p>			
<p>Generalbevollmächtigte Anna Becker Henning Richerzhagen</p>			

Impressum

Herausgeber

Sparkassenverband Westfalen-Lippe
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Regina-Protmann-Straße 1
48159 Münster
Tel.: 0251/2104-0
E-Mail: info@svwl.eu
www.svwl.eu

Konzeption/Text

Stabsstelle Kommunikation
Claudia Grönefeld

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen/ Statistische Daten

Referat Research
Dr. Jörg Rottmann
Peter Schwiep
Bärbel Ziesenhenne

Grafische Gestaltung

agenta Werbeagentur, Münster

Druck

wentker druck, Greven

Bildnachweis

Gregor Schläger, Hamburg

Druckunterlagenschluss

11. Mai 2012

**Der Sparkassenverband Westfalen-Lippe
dankt allen Beteiligten
für ihre freundliche Unterstützung.**



Dieser Geschäftsbericht ist auf FSC-zertifiziertem Papier
aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung gedruckt.