

## **Pressemitteilung**

### **Erfolgreich „geboostert“**

#### **Sparkasse Burbach-Neunkirchen profitiert von Strategie-Relaunch**

Burbach, im Februar 2022



Das Wort „Booster“ hat in der aktuellen Zeit eine besondere Relevanz bekommen. Gemeint ist die i.d.R. dritte Impfung gegen das Corona-Virus, mit der die vorangehenden Impfungen aufgefrischt und verstärkt werden. „Aufgefrischt und gestärkt haben wir in 2021 auch unsere Geschäftsstrategie“, schlägt Markus Keggenhoff als Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Burbach-Neunkirchen den Bogen zur wirtschaftlichen Entwicklung seines Hauses im zurückliegenden Jahr.

„Aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase, der zunehmenden Regulatorik und der sich stetig weiterentwickelnden Digitalisierung müssen wir uns großen Herausforderungen stellen“, so Keggenhoff. Der neue Strategieprozess der Sparkasse sei darauf ausgerichtet, Wachstums- und Effizienzpotentiale zu heben, um den Erfolg und die Selbstständigkeit des Instituts nachhaltig zu sichern. Hierfür habe man strategische Ziele festgelegt und konkrete Maßnahmen abgeleitet. Keggenhoff: „Die Umsetzungsphase hat bereits begonnen, und erste Erfolge unseres Boosters sind schon spürbar.“

Dies zeigen auch die Zahlen des Instituts: Das Betriebsergebnis wurde auf einem weiterhin guten Niveau gehalten und die Bilanzsumme erhöhte sich um 30 Mio. von rund 650 Mio. auf gut 680 Mio. Euro.

Keggenhoff hob an dieser Stelle ausdrücklich das besondere Engagement aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem anspruchsvollen Corona-Jahr hervor.

Im Vertrieb konnte die Sparkasse auch in 2021 wieder sehr gute Ergebnisse verzeichnen. Bei den Geldanlagen hat sich einmal mehr das Wertpapiergeschäft als „Booster“ erwiesen: 54 Mio. Euro Bruttoabsatz standen am Jahresende zu Buche – ein Plus von

Seite 2

Pressemitteilung Februar 2022

fast 30% gegenüber dem Vorjahr. Vor dem Hintergrund der Zinssituation sind insbesondere Fonds-Anlagen als Alternativen zu klassischen Sparformen gefragt, da sie gute Ertragsaussichten bieten und zugleich durch ihre breite Streuung das Risiko begrenzen. Mit regelmäßigen, gleichbleibenden Sparraten in einem Fondssparplan kann der Anleger zudem den sogenannten Cost-Average-Effekt nutzen: Bei hohen Kursen werden automatisch weniger Anteile gekauft, bei niedrigen Kursen entsprechend mehr. Diese Argumentation hat erneut viele Kunden der Sparkasse Burbach-Neunkirchen überzeugt: 927 neue Fondssparverträge wurden in 2021 abgeschlossen, mehr als doppelt so viele wie in 2020. „Wichtig ist bei allen Geldanlagen eine hochwertige Beratung“, erläutert Keggenhoff. Nur so könne man aus dem breiten Angebot an Produkten die für den Kunden optimale Lösung finden und ihm mit einer klugen Geldanlage Perspektiven für zukünftige Wünsche und Ziele eröffnen.

Wünsche und Ziele sind auch für Vorstandsmitglied Frank Podehl ein gutes Stichwort: „Viele unserer Kunden träumen von der eigenen Immobilie.“ Der Weg dorthin führt oft über das Bausparen: Mit rund 14 Mio. Euro Neugeschäft konnte die Sparkasse hier wieder ein sehr gutes Ergebnis erreichen. „Bausparen ist seit 2021 noch attraktiver“, führt Podehl aus. Die neuen Finanzierungstarife der LBS seien für Eigentümer und die, die es werden wollen, ein „Must-have“. Zudem hat jetzt ein viel größerer Kundenkreis Anspruch auf die Wohnungsbauprämie in Höhe von 10%.

Spitzenwerte – sowohl im Zeitverlauf als auch im Vergleich zu anderen Sparkassen – wurden auch in der privaten Baufinanzierung erzielt. Mehr als 30 Mio. Euro Neugeschäft und noch einmal rund 5 Mio. Euro Prolongationen schrieb die Sparkasse 2021 in ihre Bücher. Der Bestandszuwachs lag bei rund 9,6%. Die hauseigene Immobilienvermittlung hat 48 Objekte vermittelt, davon 13 Neubau-Etagenwohnungen.

Seite 3  
Pressemitteilung Februar 2022

Podehl sieht nicht nur das Zinsniveau, sondern auch die Pandemie-Situation als Treiber der Entwicklung. „Der Wunsch nach der eigenen Immobilie hat in der Corona-Krise noch einmal deutlich zugenommen.“ Eigentümer haben in der Regel mehr Abstand zu ihren Nachbarn und mehr Rückzugsmöglichkeiten – ein ungestörter Arbeitsplatz für Homeoffice oder Homeschooling etwa lässt sich leichter einrichten. Und ein Balkon oder Garten bieten wertvolle Erholungs- und Entspannungsmöglichkeiten. „Insbesondere für Familien sind das starke Argumente“, so Podehl.

Gewachsen sei in der Pandemie auch das Bedürfnis nach Sicherheit. In ungewissen und unruhigen Zeiten, wie wir sie gerade erleben, suchen die Menschen nach Halt. Lebensrisiken abzusichern, ist vor diesem Hintergrund ein wichtiger Aspekt. Die Provinzial Versicherungsagentur der Sparkasse hat sich diesbezüglich als verlässlicher Partner positioniert mit maßgeschneiderten Lösungen in allen Sparten.

Im Bereich Lebensversicherung konnte sich das Institut mit einem Neugeschäft in Höhe von gut 11 Mio. Euro noch einmal um mehr als 6% gegenüber dem Vorjahr steigern. Bei den Kompositversicherungen lag das Neugeschäft bei knapp unter 300.000 Euro. Hier hat die Sparkasse zudem mit dem Überspringen der 2-Mio.-Grenze im Bestand einen neuen Meilenstein gesetzt.

Unter den Firmenkunden gab es in 2021 weiterhin eine sehr hohe Nachfrage nach Finanzierungen. Neben Investitionen steht vielfach der Aufbau des Warenlagers im Fokus, um die eigene Lieferfähigkeit zu sichern. Insgesamt konnte die Sparkasse im gewerblichen Kreditgeschäft ein sehr erfreuliches Wachstum von rund 10% verzeichnen. Auch beim Leasing wurde ein Spitzenergebnis erzielt, mit dem sich das Institut auf den 5. Platz des Rankings der Deutschen Leasing setzte. Für die Leistungen im Factoring-Geschäft erhielt die Sparkasse sogar den Factoring-Award.

Seite 4  
Pressemitteilung Februar 2022

Auf der Geldanlageseite spielt das Thema Verwahrentgelt in Verbindung mit der hohen Inflation eine maßgebliche Rolle. Beides führt in vielen Fällen zu einem Umdenken im Liquiditätsmanagement: Überschüssige Liquidität, gerade die sogenannte „eiserne Reserve“, wird häufiger in alternativen Geldanlagen und Wertpapieren umgeschichtet, um sie vor dem drohenden Wertverlust durch Inflation zu schützen.

Bei Geldanlagen ebenso wie bei Finanzierungen hat der hiesige Mittelstand weiterhin einen großen Bedarf an individuellen Lösungen und damit verbunden an fachkompetenter persönlicher Beratung. Dass die Unternehmen beides bei ihrer Sparkasse finden, beweisen die Ergebnisse einer aktuellen Kundenzufriedenheitsstudie, die Ende 2021 durchgeführt wurde: Die befragten Firmen gaben dem Institut eine „sehr gute“ oder sogar „ausgezeichnete“ Bewertung.

Ähnlich positiv ist der Eindruck, den die privaten Kunden von der Sparkasse haben. Auch hier fand Ende 2021 eine Befragung zur Kundenzufriedenheit statt, mit ebenfalls „guten“ und „sehr guten“ Ergebnissen.

Einen wesentlichen Beitrag dürfte hier das breite Service-Angebot der Sparkasse geleistet haben – in persönlicher ebenso wie in digitaler Form. Bei den digitalen Services ist an erster Stelle die Internetfiliale zu nennen. Rund 1 Mio. Besuche konnte die virtuelle Niederlassung der Sparkasse in 2021 verzeichnen. Die Zahl der S-App-Nutzer hat sich gegenüber dem Vorjahr um mehr als 20% erhöht.

Im Bereich Payment wurden weitere digitale Innovationen eingeführt, z.B. die „S-Business-App“, eine App für das Finanzmanagement von Geschäfts- und Gewerbekunden, oder die Möglichkeit, einen Ratenkredit über die Sparkassen-App schnell und einfach direkt aus Girokontoumsätzen zu erhalten.

Seite 5  
Pressemitteilung Februar 2022

Die S-Invest-App (Anwendung der Sparkasse für den digitalen Depot-Zugang) wurde u.a. um eine Musterdepot-Funktion erweitert. Mit diesem Tool können Nutzer sich einen fiktiven Depotbestand aufbauen, die Entwicklungen der Depotbestände simulieren und auf diesen Weg Erfahrungen mit Wertpapieranlagen sammeln, ohne ein finanzielles Risiko einzugehen.

Auch die Selbstbedienungsgeräte erhielten ein Update. So können Kunden beispielsweise an den Geldautomaten kontaktlos Geld abheben, und an den Service-Terminals finden sie eine Reihe neuer Funktionen vor.

Ein besonderes Novum in der Sparkasse sind die „Digitalisierungs-Coaches“. Sie sind sparkassenintern als Multiplikatoren zur Stärkung der digitalen Kompetenz ihrer Kolleginnen und Kollegen tätig und unterstützen diese bei der Einführung neuer Produkte und Prozesse.

„Die Coaches sind wie Booster für die Digitalisierung in unserer Sparkasse“, nimmt Keggenhoff seinen eingangs gezogenen Vergleich wieder auf. „Doch nicht nur bei diesem Thema sind die Mitarbeiter unser wichtigster Erfolgsfaktor.“ Dies gelte vielmehr auch für alle anderen Bereiche, vom Vertrieb bis zu den internen Abteilungen. Die Sparkassen-„Mannschaft“ umfasst 103 Köpfe und ist damit bereits über Jahre zahlenmäßig weitgehend konstant.

Acht junge Nachwuchskräfte absolvieren aktuell ihre Ausbildung in der Sparkasse. „Rund 40% unserer Mitarbeiter sind jünger als 40“, so Keggenhoff. Damit sieht sich das Institut von der Altersstruktur her gut für die Zukunft aufgestellt.

Seite 6

Pressemitteilung Februar 2022

Auf die Zukunftsfähigkeit weisen auch drei weitere Fakten hin. Erstens: Fast ein Drittel der Belegschaft ist in Teilzeitmodellen beschäftigt, womit das Institut seine Bereitschaft beweist, flexibel auf die Lebenssituation seiner Mitarbeiter einzugehen. Zweitens: Gut 40% der Belegschaft nutzt die Möglichkeit, im Homeoffice bzw. mobil zu arbeiten. „Für die Mitarbeiter sind mit dem Mobilien Arbeiten viele Vorteile verbunden“, führt Keggenhoff aus. „Mehr Flexibilität, größere Gestaltungsspielräume des Arbeitsalltags, Verbesserung der Work-Life-Balance, Teamarbeit über räumliche Distanzen hinweg, weniger Stress durch Wegfall von Fahrt- und Reisezeiten und damit letztlich eine höhere Motivation.“

Als dritten Punkt in Sachen Zukunftsfähigkeit nennt Keggenhoff die Tatsache, dass sich die Sparkasse auch in Sachen Personal auf Wachstumskurs befindet: „Wir erweitern aufgrund unserer neuen strategischen Ausrichtung unsere Belegschaft und suchen qualifizierte Mitarbeiter für unterschiedliche interessante Einsatzfelder“, so Keggenhoff. In diesem Zusammenhang sind auch Initiativbewerbungen sehr willkommen.

Interessant ist auch, dass es bei den Beschäftigten 52% Frauen gibt. Unter den Führungskräften hat es zudem in 2021 eine Erhöhung der Frauenquote von 18% auf 27% gegeben.

Als Booster für die Region hat sich in 2021 einmal mehr das Spenden- und Sponsoring-Engagement der Sparkasse erwiesen. Rund 420.000 Euro kamen gemeinnützigen Projekten und Initiativen in Burbach und Neunkirchen zugute, davon 150.000 Euro zur Erhöhung des Kapitals der sparkasseneigenen Stiftung. Bei der Verteilung auf die Stiftungszwecke dominierte der Sport, gefolgt von den Bereichen „Bildung und Soziales“ und Kultur.

Mit dieser breit gefächerten Unterstützung hat sich die Sparkasse als wichtiger Förderer ortsansässiger Vereine und Institutionen, die gerade in der nach wie vor anhaltenden Pandemiesituation auf Hilfe angewiesen sind, engagiert.

Seite 7  
Pressemitteilung Februar 2022

Der Blick des Vorstandsvorsitzenden geht jetzt aber nach vorn. „Wir sind mit besten Voraussetzungen in 2022 gestartet“, resümiert Keggenhoff. „Unser Strategieprozess wird in den kommenden Jahren seine volle Booster-Wirkung entfalten.“ Veränderungen, da sind sich beide Vorstände sicher, bedeuten Mut. Aber wenn die ganze Mannschaft weiterhin erfolgreich an einem Strang zieht, zahlen sie sich am Ende aus.