

**FÜR SIE  
MACHEN  
WIR ES  
MÖGLICH.**

**Es möglich machen, heißt für uns: Wir passen unsere Produkte, Dienstleistungen und Services an das individuelle Leben unserer Kunden an: einfach, digital, persönlich und nachhaltig.**

SEITE

**8**

SEITE

**14**

SEITE

**20**

SEITE

**28**

## FÜR SIE MACHEN WIR ES MÖGLICH.

---

Jeder Mensch hat seine ganz eigenen Wünsche, Träume und Projekte. Damit aus Plänen Realität wird, nutzen viele die Chancen einer Finanzierung. Durch den digitalen Wandel etablieren sich dabei neue Gewohnheiten und Erwartungen: Schnell soll es gehen, unkompliziert, jederzeit und überall. In diesem modernen Leben ist die Creditplus Bank ein innovativer und verantwortungsvoller Begleiter – immer in der Nähe und auf Augenhöhe ansprechbar. Wir sind Möglichmacher. Für Kunden, die mit ihrem Kreditwunsch direkt zu uns kommen. Für Händler, die einfacher als je zuvor Finanzierungen anbieten können. Für Partnerbanken, die mit unseren Lösungen ihre Effizienz steigern. Und für die Mitarbeiter, mit denen wir gemeinsam unsere Zukunft gestalten.

# FÜR DIE ZUKUNFT BESTENS AUFGESTELLT

---

**IM GESPRÄCH:  
JAN W. WAGNER,  
VORSTANDSVORSITZENDER  
BIS ENDE NOVEMBER 2017  
UND BELGIN RUDACK,  
NEUE VORSTANDSVORSITZENDE  
DER CREDITPLUS BANK**





**Frau Rudack, welches Wort fällt Ihnen spontan zu Ihrem Einstieg bei der Creditplus Bank ein?**

**BR:** Stolz. Es ist mir eine Ehre, den Staffelnstab als neue Vorstandsvorsitzende zu übernehmen. Ich habe ein wohl bestelltes Haus vorgefunden, in dem die Zahlen stimmen und in dem sich eine offene Kommunikationskultur etabliert hat. Denn das ist mir wichtig: ein Teamspirit, der kein Silodenken kennt und eine gute Zusammenarbeit über Abteilungs- und Landesgrenzen hinweg ermöglicht. Somit sehe ich eine sehr gute Basis, auf die wir zukünftig bauen können. Jan W. Wagner hat mit seinem Team einen Change-Prozess initiiert, der uns ganz im Sinne unserer gemeinsamen Gruppenstrategie 2020 weiter voranbringen wird.

**Herr Wagner, Sie blicken auf 20 Jahre als Vorstandsvorsitzender der Creditplus Bank zurück. Was hat Sie in der Rückschau besonders beeindruckt?**

**JW:** Insgesamt betrachtet der technische Fortschritt, den unser Geschäft in dieser Zeit vollzogen hat. Als ich hier anfang, lief alles manuell. Da wurden noch Akten gewälzt und wir haben für einen Konsumentenkredit gute zwei bis drei Stunden gebraucht. Kurz danach konnten wir dank des Internets und automatischer Scores plötzlich Kredite in Sekundenschnelle entscheiden und im Handel darstellen. Das war eine bahnbrechende Entwicklung und hat die Weichen gestellt für heutige Technologien, wie den digitalen Kontoblick oder die CreditPlus4Now App.



**Womit wir schon beim hochaktuellen Thema Digitalisierung wären: Welche Rolle spielt es für die Creditplus Bank?**

**BR:** Eine Schlüsselrolle, ganz klar! Creditplus gehörte in Sachen Digitalisierung schon früh zu den Vorreitern am Markt, war einer der ersten Anbieter eines Onlinekredits. Diese Position wollen wir weiter ausbauen und ebenfalls in den Bereichen Automotive sowie Elektro und Möbel unsere Position weiter stärken. Die intelligente Nutzung von Daten wird uns dabei unterstützen. Entscheidend ist, auch intern digital aufgestellt zu sein. Unsere Kunden und Partner können wir nur dann mit innovativen Produkten und Lösungen überzeugen, wenn wir diesen Innovationsgeist im Unternehmen vorleben.

**»MUTIG DEN WEG  
DER VERÄNDERUNG  
BESCHREITEN«**

# »DEN KUNDEN EIN PARTNER AUF AUGENHÖHE SEIN«

**JW:** Digitalisierung ist eben nicht nur eine Frage von Technik und Prozessen, sondern auch von Menschen. Die Strategie der Creditplus Bank lautet aus gutem Grund „100% digital – 100% menschlich“. Das bezieht sich zum einen auf die eigenen Mitarbeiter, die kompetent und mit Spaß an der Arbeit gemeinsam den Erfolg der Bank gestalten. Das betrifft aber natürlich vor allem die Kunden. Ihnen möchten wir ein Partner auf Augenhöhe sein, den sie auf schnellen digitalen Wegen erreichen können, der aber auch mit persönlicher Beratung an ihrer Seite ist.

**BR:** Ein ganz wichtiger Aspekt! Dreh- und Angelpunkt ist für uns immer der Kunde. Ihn werden wir künftig noch stärker in das Zentrum unserer Aktivitäten rücken; sämtliche Prozesse werden aus seiner Perspektive betrachtet. Und das ist nicht nur ein Lippenbekenntnis: Wir etablieren nachhaltig eine neue Sicht- und Denkweise und passen dafür auch unsere Organisationsstruktur entsprechend an.

## **Inwieweit haben sich die Ansprüche der Kunden verändert?**

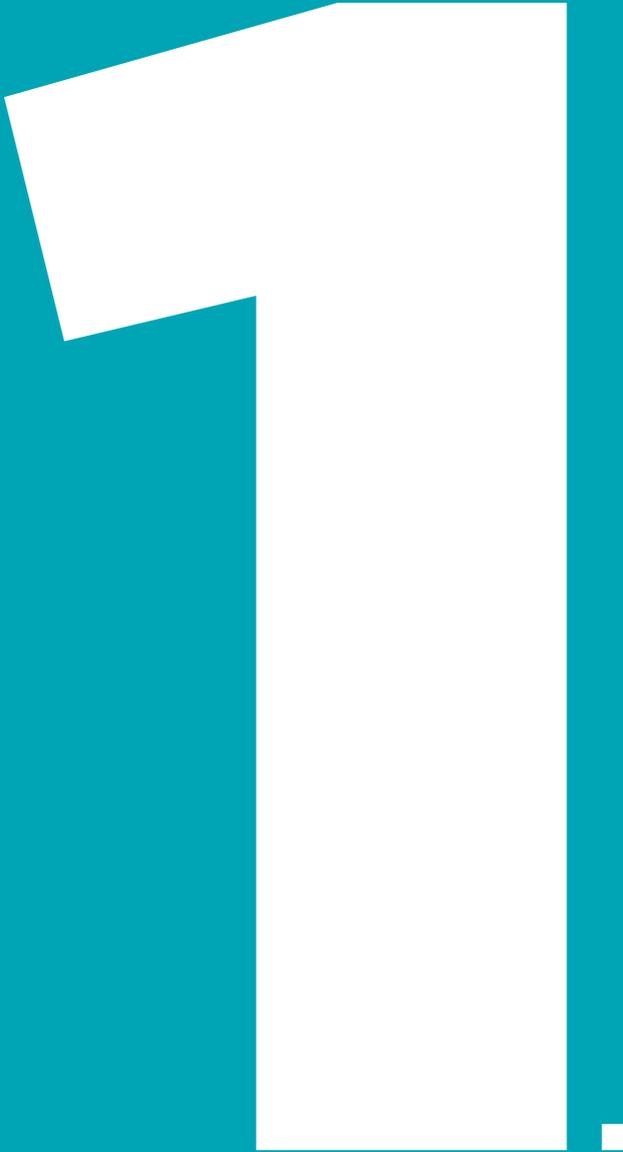
**JW:** Mit dem Kommunikations- und Konsumverhalten insgesamt verändern sich auch die Erwartungen an Banken sowie die Einstellung gegenüber Krediten. Unterschiedlichste Lebensentwürfe erfordern ganz individuelle Lösungen – das muss man als moderne Bank leisten können. Da ist viel Dynamik reingekommen, was man auch an unserem Wettbewerbsumfeld sieht, an neuen Anbietern wie Fintechs.

**BR:** Hier liegen Chancen und Potenziale für uns. Es gilt, mutig den Weg der Veränderung zu beschreiten, flexibel zu bleiben. Dafür etablieren wir agile Arbeitsmethoden und gehen bewusst neue Partnerschaften ein, etwa mit jungen, innovativen Unternehmen. Wir sind kreativen Ideen gegenüber aufgeschlossen und verbinden so das jahrzehntelange Know-how einer stabilen Bank mit der Agilität eines Start-ups und den Vorteilen eines internationalen Konzerns. Wir nutzen sozusagen das Beste aus allen Welten.

## **Zum Abschluss noch eine Frage an Sie, Herr Wagner: Was würden Sie Frau Rudack und der Creditplus Bank mit auf den Weg geben?**

**JW:** Wir haben in Frau Rudack eine sehr erfahrene, qualifizierte Nachfolgerin gefunden, der wir nichts mit auf den Weg geben müssen. Was ich ihr wünsche, ist, dass sie ihren unvoreingenommenen Blick von jemandem, der von außen kommt, möglichst lange behält. Das ist eine Riesenchance für die Bank: positive Entwicklungen weiterzuverfolgen und Dinge, die wir noch besser machen können, energisch aufzugreifen und zu ändern. So wird die Creditplus Bank weiterhin gut, vielleicht sogar noch besser aufgestellt bleiben.

**BR:** Genau das ist der Plan (lacht). Vielen Dank für das Vertrauen!



**WAHL**

**FÜR PROJEKTE UND PLÄNE**



**DIE SCHNELLE, DIGITALE  
ABWICKLUNG VON KREDIT-  
PROZESSEN SCHÄTZE ICH  
GENAUSO WIE MEINE KUNDEN.**

**Beraterin bei einer Partnerbank**



**INVESTITIONEN MIT BEDACHT  
PLANEN ZU KÖNNEN, SCHAFFT  
FÜR MICH MEHR SICHERHEIT.**

**Familienvater**



**WENN ICH EINE FINANZIERUNG  
ALS BEZAHLMÖGLICHKEIT  
ANBIETEN KANN, MACHE  
ICH MEHR UMSATZ.**

**Webshop-Betreiber**



**MEINE AUTOKUNDEN ÜBERZEUGT  
EINE UNPROBLEMATISCHE  
FINANZIERUNG.**

**Autohändler**



**IN MEINEM LEBEN GEHT'S  
SPONTAN ZU - ICH BRAUCHE  
EINE BANK, DIE VERÄNDERUN-  
GEN FLEXIBEL MITMACHT.**

**Single**



**MIR IST ES WICHTIG, DASS  
MEIN ARBEITGEBER IN DIE  
ZUKUNFT INVESTIERT.**

**Mitarbeiterin**



**ICH BRAUCHE EINEN FAIREN  
PARTNER, DER MIR HilFT,  
DURCH UMSCHULDEN MEINE  
ZINSKOSTEN ZU SENKEN.**

**Alleinerziehende**



**MEINE BANK SOLL MICH  
DABEI UNTERSTÜTZEN, KLUGE  
FINANZIELLE ENTSCHEIDUNGEN  
ZU TREFFEN.**

**Berufseinsteiger**



**ICH MUSS MICH AUF DEN SCHUTZ  
MEINER DATEN UND SICHERE  
PROZESSE VERLASSEN KÖNNEN.**

**Rentner**

# EINE FRAGE VON MINUTEN

---

„Das ging ja schnell!“ Genau diese Reaktion sollen unsere Services hervorrufen. Auf dem Sofa einen Kredit klarmachen. Schon im Autohaus alle Finanzierungsfragen klären. Zügige Entscheidungen bei Kreditanträgen. Ein Klick und mit Ratenkredit zahlen. So einfach kann das sein.

# 1

**MINUTE**

**DAUERT DIE  
KREDITENTSCHEIDUNG  
ÜBER KESS**

Unverzichtbares Tool: Die von Creditplus entwickelte Kreditentscheidungssoftware KESS ist aus dem Alltag vieler unserer Handelspartner nicht mehr wegzudenken. Übersichtlich führt das Online-System durch die minutenschnelle Kreditentscheidung – im Idealfall steht während des Verkaufsgesprächs schon die Finanzierung für den Kunden. KESS wird stetig optimiert und um neue Funktionen ergänzt. So können beispielsweise Autohändler die Software mittlerweile sowohl für Finanzierungs- als auch für Leasinganfragen nutzen.

> FÜR KUNDEN

# 3

**MINUTEN**

**DAUERT EIN KREDIT-  
ANTRAG ÜBER DIE APP  
„CREDITPLUS4NOW“**

Ohne Papierkram, mit schnellen Prozessen: Für Kredite bis zu 5.000 Euro ermöglicht unsere praktische App „CreditPlus-4Now“ einen komplett papierlosen Kreditprozess mit dem mobilen Endgerät. Sämtliche Schritte von der Dateneingabe bis zur Verifizierung erfolgen online. Wird alles reibungslos genehmigt, vergeht zwischen dem Antrag und dem unterschriebenen Vertrag nicht einmal eine Viertelstunde. Am nächsten Werktag hat der Kunde das Geld auf dem Konto.

> FÜR HÄNDLER

# 15

**MINUTEN**

**DAUERT DIE ENT-  
SCHEIDUNG ÜBER EINE  
KREDITANFRAGE IM  
PARTNERBANKING**

Einfach zu bedienen: Mit PartnerPlus stellen wir Partnerbanken eine durchdachte Software für Kreditanträge zur Verfügung. Anhand des Systems können die Berater das Procedere Schritt für Schritt mit dem Kunden durchgehen. Sind alle benötigten Daten eingegeben, landet der Antrag auf elektronischem Weg beim Zentralen Kundenservice von Creditplus. Eine Rückmeldung gibt es garantiert innerhalb von 15 Minuten. So kann der Berater sein Kundengespräch optimal gestalten.

> FÜR PARTNERBANKEN

# 60

**MINUTEN**

**DAUERT ES, DIE CREDIT-  
PLUS FINANZIERUNG  
IN EINEN WEBSHOP ZU  
INTEGRIEREN**

Zusätzlicher Kaufanreiz: Für Onlinehändler ist es mit unserer Plug & Play-Lösung jetzt noch leichter, Kunden eine Ratenfinanzierung als attraktive Bezahlmöglichkeit anzubieten. Das Plug-in ist für den Händler kostenfrei und installiert sich durch den Auto-Installer praktisch von selbst – Programmierkenntnisse sind nicht erforderlich. Einmal in den Webshop integriert, entfällt die aufwändige manuelle Finanzingsbearbeitung. Der gesamte Kreditantrags- und -genehmigungsprozess erfolgt automatisiert über die Creditplus Bank.

> FÜR E-COMMERCE-PARTNER



**ÜBER EIN DRITTEL DER DEUTSCHEN WÜRDEN SICH GERNE EINEN SUV ODER GELÄNDEWAGEN KAUFEN, VOR ALLEM AUS SICHERHEITSGRÜNDEN.**

Apropos Sicherheit: Mehr davon versprechen sich über 90 Prozent durch elektronische Assistenten im Fahrzeug. Beim Thema Elektromobilität sind die Deutschen gespalten: Über die Hälfte befürwortet den Kauf eines E-Autos, allerdings lässt der hohe Aufpreis jeden Fünften noch zögern.

> Rund 60% aller Neuwagen und 40% aller Gebrauchtwagen werden ganz oder teilweise über einen Autokredit finanziert.

Quelle: Bevölkerungsbefragung „Autotrends 2017“ der CreditPlus Bank AG; DAT Report der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)





**UNTERHALTUNGSELEKTRONIK WIE HANDY, TABLET ODER SPIELEKONSOLE STEHT AUF DER WUNSCHLISTE DER DEUTSCHEN WEIT OBEN.**

Rund zwölf Prozent wollen dafür innerhalb des nächsten Jahres größere Summen ausgeben. Bei den Haushaltsgroßgeräten verdoppelte sich die Anzahl derjenigen, die sich eine Finanzierung vorstellen können, gegenüber 2016.

> 20% würden große Haushaltsgeräte über einen Ratenkredit anschaffen – bei Unterhaltungselektronik ist die Bereitschaft deutlich niedriger.

Quelle: Konsumkredit-Index 2017/2018 des Bankenfachverbands

## KLEINE WÜNSCHE – GROSSE PLÄNE

---



**ESSEN VOR DEM FERNSEHER – DAS MACHT KNAPP DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN REGELMÄSSIG.**

Kein Wunder, dass beim Möbelkauf die Wohnzimmerereinrichtung hoch im Kurs steht. Vom Sofa aus lässt sich der Haushalt neuerdings besonders bequem managen: 40 Prozent interessieren sich für intelligente Lautsprecher wie Alexa, Echo & Co.

> 95% der Deutschen planen, in den nächsten zwölf Monaten mindestens 1.000 Euro für neue Möbel auszugeben.

Quelle: Bevölkerungsbefragung „Wohnen und Leben 2017“ der CreditPlus Bank AG



### **VIER VON ZEHN DEUTSCHEN KÖNNEN SICH VORSTELLEN, SICH EIN MOTORRAD ZUZULEGEN.**

Bei den beliebtesten Modellen liegen Motorroller und Quads auf Platz 1. Die große Mehrheit von 86 Prozent würde jedoch nicht mehr als 10.000 Euro ausgeben. Erwähnenswert: Über 90 Prozent der deutschen Motorrad-Fans haben eine Traumstrecke. Die meisten wollen einmal die Route 66 entlangcruisen.

> 43% der deutschen Biker würden den Kauf ihres Motorrads über einen Kredit finanzieren.

Quelle: Repräsentative Umfrage „Motorrad-Trends 2017“ der Creditplus Bank AG

### **DIE WELT ENTDECKEN ODER EINFACH NUR AUSSPANNEN - DIE DEUTSCHEN SIND REISEFREUDIG.**

Im Herbst 2017 gaben 27 Prozent an, innerhalb der nächsten drei Monate eine Reise buchen zu wollen. Urlaubsreisen gehören übrigens zu den häufigsten Dingen oder Gelegenheiten, für die oft mehr Geld ausgegeben wird als ursprünglich geplant.

> Rund 45% planen für ihre Reise zwischen 1.250 und 2.500 Euro ein.

Quelle: CreditPlus Bank Verbraucherindex - Herbst 2017

### **SEINEN HOCHZEITSTAG HAT MAN - IM BESTEN FALL - NUR EINMAL IM LEBEN.**

Doch was dürfen die Feierlichkeiten rund um das Jawort kosten? Mehr als 5.000 Euro würde gut ein Drittel der Deutschen in die eigene Hochzeit investieren. Eine Hochzeitstorte ist dabei ein absolutes Muss, sagen über 70 Prozent.

> Mehr als 25% der Heiratswilligen sind bereit, für ihre Hochzeit einen Kredit aufzunehmen.

Quelle: Bevölkerungsbefragung „Hochzeitstrends 2017“ der CreditPlus Bank AG





# MEILENSTEINE DER DIGITALISIERUNG

---

Digitales Banking ist für uns kein Trend, sondern eine Haltung. Wir waren früh am Start, als es darum ging, unseren Kunden Ratenkredite im Internet anzubieten. Und wir halten den Fuß weiterhin auf dem Gaspedal.

**1997**

Pionierleistung: Creditplus ist einer der ersten Anbieter von **ONLINEKREDITEN**.

Dezember

**2014**

**VIDEOIDENT** spart Wege: Mit dieser Technologie erfolgt der Identitätsnachweis digital und ist somit von jedem Ort aus möglich.

Jul  
**2015**

SmartPlus geht online: Die **DIGITALE KREDITANTRAGSSTRECKE** für das Direktgeschäft ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum papierlosen Kredit.

KREDIT-APP

November  
**2015**

Der **DIGITALE KONTOBLICK** macht das aufwändige Zusammenstellen und Versenden von Unterlagen wie zum Beispiel Kontoauszügen überflüssig.

Mal  
**2016**

Statt Unterlagen zum Unterzeichnen in Papierform hin- und herschicken, wird bei der **DIGITALEN SIGNATUR** die Unterschrift ganz bequem in elektronischer Form geleistet.

Eine Mitarbeiteridee erlangt Marktreife: Die **APP „CREDITPLUS4NOW“** ermöglicht das papierlose Beantragen von Krediten. Sämtliche Prozesse durchläuft der Kunde benutzerfreundlich und sicher über sein Smartphone oder Tablet.

# AUFGEPASST – HIER WIRD GEARBEITET!

---

In den Markt hinein- und den Kunden zuhören – so simpel ist das Rezept, um immer am Puls der Zeit zu bleiben. Wünsche und Bedürfnisse verwandeln wir in Lösungen, die das Leben leichter machen.

Eine Analyse unseres Online-Chats ergab: Am häufigsten fragen die Kunden nach dem Stand ihres Kreditantrags. Aktuell prüfen wir, ob sich die **Beantwortung von Standardfragen künftig über einen Chat-Bot automatisieren** und dadurch vereinfachen und beschleunigen lässt. Um hier zu einer innovativen Lösung zu gelangen, tauschen wir uns innerhalb der Bank, aber auch mit Start-ups aus. Geplant ist, 2018 ein Pilotprojekt zu starten.

**Anton Rösemann,**  
Innovationsmanager



Neue Verfahren der Künstlichen Intelligenz erobern immer mehr Bereiche – auch in unserem Geschäftsfeld. Wir nutzen zum Beispiel **moderne Methoden des Machine Learnings**, um mithilfe selbstlernender Systeme unsere Antrags-Scorekarten zu überarbeiten. Dahinter steht das Ziel, perspektivisch noch mehr Kunden den Zugang zu Krediten zu ermöglichen.

**Elke Kloos,  
Data Scientist  
Kreditabteilung**

Wir wollen ab 2018 verstärkt die **Händler am Point of Sale bei der Finanzierung unterstützen** – etwa im Auto- oder Möbelhaus. Gerade dort profitieren Verkäufer wie Kunden gleichermaßen, wenn sich beim Kreditantrag manuelle Prozesse und der „Dokumentegebrauch“ deutlich reduzieren. Dies gelingt mithilfe von Services wie digitaler Signatur oder digitalem Kontoblick sowie durch das direkte Einlesen von Daten aus dem Personalausweis in die Kreditantragsstrecke.

**Björn Hausner,  
Key-Account-Manager  
Absatzfinanzierung**

Im Projekt „Auszahlung 2.0“ befassen wir uns damit, **alle Auszahlungsprozesse zu digitalisieren** und zu automatisieren. Auch wenn es dabei zunächst um die Optimierung interner Abläufe geht, hat vor allem der Kunde den Nutzen: Wir wollen zukünftig eine zeitnahe Überweisung gewährleisten, das heißt innerhalb von wenigen Stunden, nachdem die Unterlagen vollständig sind.

**Nadieka Amarasinghe,  
Themenexpertin und  
Business-Analystin**



**DIGITALER LIFESTYLE ...**

# MOBILE FIRST

---

**AUF MOBILEM WEG ZUM KREDIT: 6 VON 10 KUNDEN  
NUTZEN DAFÜR HEUTE DAS SMARTPHONE.**

**SOFORT!**

Auf Fragen wollen wir eine schnelle  
Antwort – auf allen Kanälen.

**WOW!**

Begeistert uns – kaufen und  
bestellen ist für uns ein Erlebnis.

**CHECK!**

Alle Prozesse online –  
das ist für uns  
selbstverständlich.

**CASH!**

Vertrag unterschrieben –  
jetzt soll das Geld zeitnah  
auf dem Konto sein.

**PASST!**

Ihr habt unsere Daten – dafür erwarten wir auf  
uns zugeschnittene Angebote.

## ... BRAUCHT DIGITALES BANKING

Ansprüche erfüllen, Erwartungen übertreffen. Am Ziel der Creditplus Bank hat sich in den vergangenen Jahrzehnten nichts verändert. Die Ansprüche und Erwartungen hingegen schon. Und zwar grundlegend. Die Kunden sind zunehmend digital unterwegs, vergleichen Onlineangebote und erwarten ein hohes Tempo. Um einen Kredit zu suchen und anzufragen, nutzen sie heute hauptsächlich Onlinemedien. Mittlerweile hat das Smartphone dabei den PC abgelöst.

All dies wirkt sich erheblich auf unser Geschäftsmodell aus. Wir vollziehen eine rasante Entwicklung von einer analog geprägten Bank zum digitalen Player – vom Aktenordner, Kopiergerät und Überweisungsträger zu vollständig elektronischen Prozessen. Ein Kreditvertrag ist buchstäblich nur einen Fingerstreich entfernt. Das Ende dieses Weges ist noch lange nicht erreicht: Der digitale Wandel erfordert mehr, als innovative Produkte und Technologien anzubieten. Er erfordert über die gesamte Organisation hinweg ein neues Denken, eine neue Kultur, neue Strukturen.

**Nur mit einer digitalen DNA können wir am Markt mit digitalen Lösungen überzeugen.**

Entscheidend dabei ist, das gesamte Team ins Boot zu holen. Jeder Mitarbeiter braucht digitale Kompetenzen, die ihm in Fleisch und Blut übergehen. Genau darauf zielen zahlreiche Projekte, die wiederum alle auf den großen Change-Prozess einzahlen, in dem wir uns aktuell befinden. Und der betrifft sämtliche Bereiche der Bank. Denn geht es um Digitalisierung, denken viele automatisch an das „Frontend“, also an Apps oder Webshops. Mindestens genauso wichtig sind aber die digitalen Voraussetzungen im Hintergrund: Dokumentenstrom, Auszahlung, Datenmanagement. Indem wir unsere Prozesse verschlanken, automatisieren und bankweit vereinheitlichen, sparen wir wertvolle Zeit und Ressourcen und können unseren Kunden einen effizienten Service bieten.

Neben den täglichen Arbeitsschritten ändert sich dadurch auch die Art, wie wir zusammenarbeiten. Mehr als je zuvor liegt der Fokus auf Agilität. Ein Widerspruch im digitalen Zeitalter? Im Gegenteil: Projekte werden zunehmend standortübergreifend und virtuell gemanagt – die geografische Anwesenheit ist dabei zweitrangig. Zugleich rücken wir als internationale Unternehmensgruppe enger zusammen. Wir teilen unser Wissen und lernen voneinander. Wir erweitern den Pool an Kreativität und können Ideen noch besser und schneller weiterentwickeln.

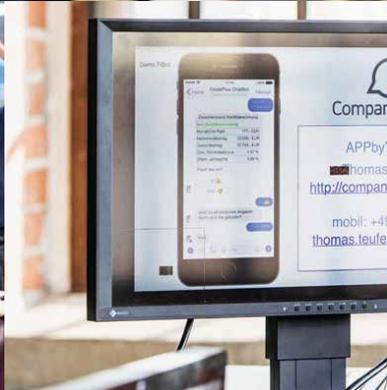
So verstehen wir die Digitalisierung als Chance, die Zukunftsfähigkeit der Creditplus Bank zu sichern und weiteres Wachstum zu ermöglichen.



**630**

**KLUGE KÖPFE**



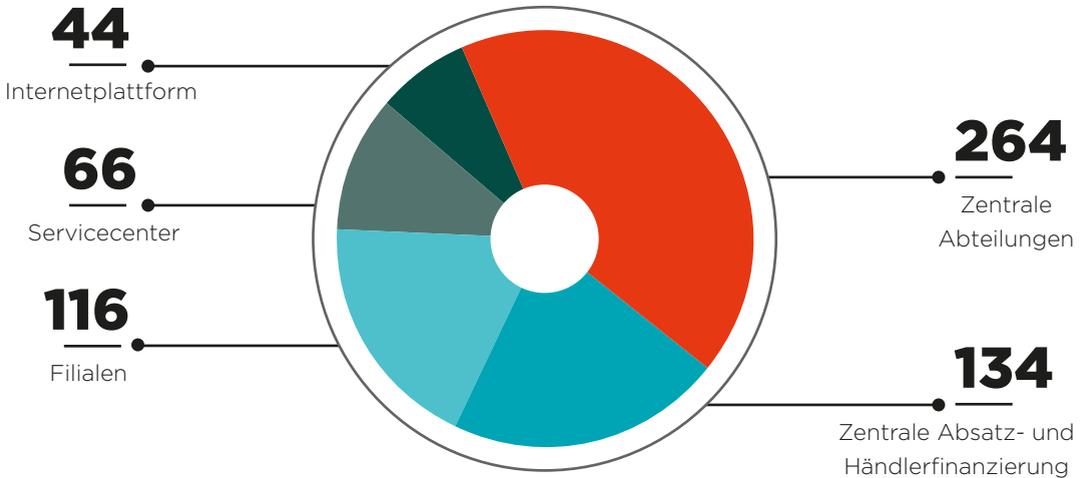


### TEAMGEIST AUS ÜBERZEUGUNG:

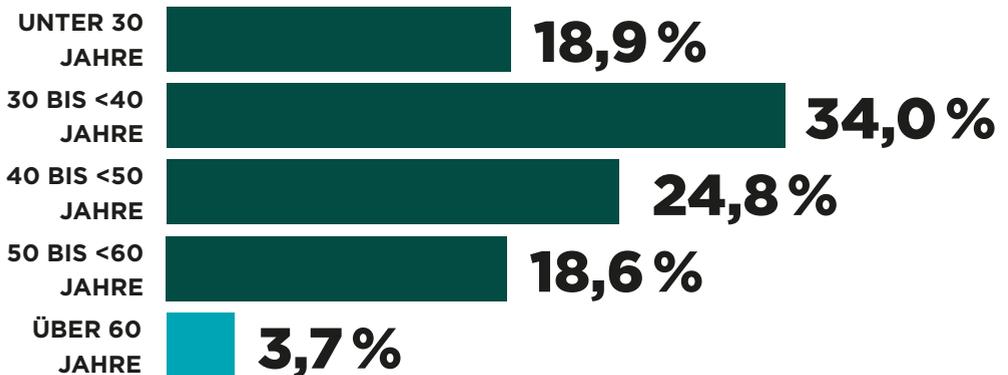
Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das Herzstück der Creditplus Bank. Sie geben dem Unternehmen seine ganz besondere Identität und entscheidende Impulse für nachhaltigen Erfolg. Und der ist heute nicht nur eine Frage von Qualität, sondern auch von Dynamik und Flexibilität. Schnell im Kopf, schnell am Markt – dafür setzen wir auf einen intensiven Austausch und bringen mit modernen, agilen Arbeitsmethoden vielfältige Denkweisen zusammen.

# KOMPETENT UND NAH

## WER ARBEITET WO:



## ALTERSSTRUKTUR



FRAUENANTEIL IM VORSTAND

FRAUENANTEIL IM AUFSICHTSRAT

25%

33%

WEITERBILDUNGSSTUNDEN

11.455

12

MITARBEITERPROJEKTE IM  
KONZERNWEITEN CORPORATE-SOCIAL-  
RESPONSIBILITY-PROGRAMM FRED

624

MITARBEITER

SERVICE VOR ORT:

17+1

12

AUSZUBILDENDE

Filialen

neue Filiale in Dortmund

# MODERNES LERNEN

---





**INTERDISZIPLINÄR, INTERNATIONAL, INNOVATIV.**

Produktivität zeigt sich in Zahlen, aber auch in der Unternehmenskultur. In Zeiten des digitalen Wandels gestalten wir Arbeitswelten der Zukunft und setzen dabei schon heute auf eine offene Kommunikation über Abteilungs- und Ländergrenzen hinweg. Dialog ist der Schlüssel. In der täglichen Zusammenarbeit genauso wie bei Meetings, Workshops, Open-Space-Konferenzen und unserer regelmäßigen Creditplus Akademie.

# GUTE REISE!

Drei Autos stehen mit laufendem Motor auf der Startlinie. Am Steuer sitzen Maria, Alex und Heinz. Der Startschuss fällt – und alle drei stellen online einen Kreditantrag. Ab hier teilen sich ihre Wege, jeder nimmt eine andere Route, macht an unterschiedlichen Stationen Halt. Für Heinz ist die Fahrt im Internet schnell beendet: Er hat über 50.000 Euro angefragt und landet deshalb in der Filiale. Marias Auto wird unterwegs umgeleitet. Ihre Bonität reicht nicht aus, das macht die Sache mit dem Kreditantrag komplizierter. Für Alex stehen die Ampeln auf Grün. Hier und da könnte es für seinen Geschmack schneller vorwärtsgen, aber er fährt mit seinem ausgezahlten Geld direkt über die Ziellinie.

„So sehen, ganz einfach ausgedrückt, visualisierte Customer Journeys aus“, sagt Kristine Kaminski, Leiterin des Customer Experience Managements bei der Creditplus Bank. „Es geht darum, genau nachzuvollziehen, wie Kunden unsere Prozesse erleben – an allen Berührungspunkten, in allen Phasen, vom ersten Interesse bis hin zur After-Sales-Betreuung, wenn sie schon lange Kunde bei uns sind.“

## **Zuhören. Verstehen. Schlüsse ziehen. Verbessern.**

Wo in der Bank landet der Kunde? Wie ist er dort hingekommen? Wie wird ihm geholfen? Wie lange dauert es? Warum reagiert er an bestimmten Stellen irritiert oder gar ungehalten? „Wir wollen nicht nur immer besser werden, sondern in unserem gesamten Handeln die Kundensicht integrieren. Das funktioniert nur, wenn wir uns selbst kritisch auf den Prüfstand stellen. Das Customer Experience Management ist dabei Treiber und

Impulsgeber für die Entwicklung siloübergreifender kundenzentrierter und ertragsorientierter Prozesse“, erklärt Kristine Kaminski.

Dafür wertet ihr Team unter anderem Kundenbefragungen aus, analysiert Berührungspunkte von Kunden mit der Bank, identifiziert Schmerzpunkte der Kunden und treibt die Optimierung der dafür verantwortlichen Prozesse voran. So lassen sich anhand von „Persona“ wie Maria, Alex und Heinz neue innovative Customer Journeys entwickeln. Die drei repräsentieren unterschiedliche Kundentypen, schließlich ist Kunde nicht gleich Kunde.

## **DAS KUNDENERLEBNIS WIRD DEN WETTBEWERB VON MORGEN ENTSCHEIDEN.**

„Das Customer Journey Management ist das Rückgrat des Gesamtpaketes Customer Experience Management“, betont Kristine Kaminski. „Es zeigt auf, welche Berührungspunkte der Kunde mit uns hat. Das Experience Management geht noch weiter. Hier wird hinterfragt, ‚WIE‘ der Kunde den Berührungspunkt erlebt. Das ist der Schlüssel für begeisternde Kundenerlebnisse. Ich bin davon überzeugt, dass das Kundenerlebnis im Jahr 2020 ein entscheidender Wettbewerbsfaktor ist, noch vor beispielsweise dem Preis.“ Umso wichtiger ist es deshalb, die Kundensicht quer durch die Bank mit allen Prozessen zu verzahnen. Zeit, die Koordinaten neu auszurichten: Aus „von innen nach außen“ wird „von außen nach innen“.

DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT STELLEN. FÜR UNS HEISST DAS:  
WIR WECHSELN KONSEQUENT DIE PERSPEKTIVE - UND REISEN MIT SEINEN AUGEN  
DURCH DIE BANK. AUF GEHT'S ZU EINER CUSTOMER JOURNEY!





# GESELLSCHAFTLICH RELEVANT

---

## KREDITVERGABE MIT VERANT- WORTUNG

Unsere Kunden bringen uns viel Vertrauen entgegen – im Gegenzug können sie sich auf höchste Standards in puncto Sicherheit verlassen. Das betrifft die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und Regeln genauso wie den Umgang mit ihren Daten. Oberste Priorität hat für uns zudem eine verantwortungsvolle Kreditvergabe, um sicherzustellen, dass die Kunden ihre Kredite auch zurückzahlen können.

Die Creditplus Bank hat sich dafür unter anderem dem Kodex des Bankenfachverbands verpflichtet. Die dort festgeschriebenen Standards gehen teilweise über die gesetzlichen Regelungen hinaus. Information und Kommunikation sind dabei wichtige Stichworte. Der Kunde soll genau wissen, was er unterzeichnet, ausreichend Zeit für seine Entscheidung haben, jeden unserer Schritte nachvollziehen können, bei Fragen unterstützen wir ihn kompetent. Denn unser Ziel ist nie der schnelle Abschluss, sondern eine langfristige Kundenbeziehung.

## FINANZIELLE ALLGEMEIN- BILDUNG

Wir möchten unser finanzielles Wissen weitergeben und insbesondere jungen Menschen wertvolle Tipps zum richtigen Umgang mit Geld geben. Dafür besuchen Creditplus-Mitarbeiter bereits seit 2007 Schulklassen – im Gepäck das Einmaleins der Finanzen. Viele der Schüler lernen dabei erstmals, ihre Ausgaben und Einnahmen in einem Haushaltsplan gegenüberzustellen und welche Verpflichtungen mit einer Kreditaufnahme einhergehen.

Mittlerweile haben wir das Engagement ausgeweitet: Gemeinsame Projekte mit der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva) richten sich an chancenarme Jugendliche, zudem wurde ein spezielles Modul für Vorbereitungsklassen mit Geflüchteten entwickelt. Auch diverse Videos im Creditplus-Blog zeigen, wie man den Überblick über das eigene Budget behält.

## ENGAGEMENT FÜR MENSCH UND UMWELT

Corporate Social Responsibility, kurz CSR, spielt in der Strategie der CA CF-Gruppe eine bedeutende Rolle. Um die vielen einzelnen Aktivitäten und Projekte zu bündeln und das CSR-Engagement objektiv messbar zu machen, wurde das konzernweite Programm „FRoD“ in 2017 auch bei Creditplus gestartet. Es basiert auf den drei Säulen Fides (Wirtschaft), Respect (Soziales) und Demeter (Umwelt).

Wie schnell FRoD zu konkreten Ergebnissen führen kann, zeigt sich beispielsweise im Bereich Umwelt: Allein in 2017 konnte Creditplus durch die komplette Umstellung auf Ökostrom fast 630 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen. Da Creditplus jetzt an zentralen Druckern druckt, verbrauchen 61 Prozent weniger Geräte Strom. Darüber hinaus haben wir mit der neuen „Purchasing Charta“ nun eine gemeinsame Wertegrundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Dienstleistern.

# FRISCHER WIND DURCH OFFENE TÜREN



**QUERDENKER WILLKOMMEN.**

Wie sieht das Kreditmanagement von morgen aus? Bei der Entwicklung von innovativen Lösungen suchen wir aktiv den Austausch mit Kreativschmieden und Start-ups. Zum Beispiel bei „Start & Pulse“, dem europäischen Ideenwettbewerb der CA CF-Gruppe. Das Ziel dahinter: gemeinsam eine neue Ära beim Kundenerlebnis einläuten. Die Preisverleihung am 24. Januar 2018 brachte spannende Menschen und intelligente Technologien zusammen. Jetzt loten wir mit den Start-ups aus, wie wir ihre Lösungen nutzen, Produkte weiterentwickeln und Ideen realisieren können.

# IMPRESSUM

---

## HERAUSGEBER

CreditPlus Bank AG  
Unternehmenskommunikation  
Augustenstraße 7  
70178 Stuttgart  
E-Mail: [presse@creditplus.de](mailto:presse@creditplus.de)

## KONZEPT UND GESTALTUNG

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

## FOTOGRAFIE

[www.kumpan-electric.com](http://www.kumpan-electric.com) S. 12  
TEAM UWE NÖLKE Fotografie & Film für Menschen S. 11 und S. 21  
Thomas Gasparini S. 2/3, 4, 16/17, 20/21, 24/25, 30/31  
CreditPlus Bank AG

## ICONS & ILLUSTRATIONEN

Fotolia.com, Noun Project  
[missbobbit/123rf.com](https://missbobbit/123rf.com) S. 7, 18  
[baramee2554/istockphoto.com](https://baramee2554/istockphoto.com) S. 27  
Alexander Ryabintsev/123.com S. 28

## BILDAGENTUREN

Kzenon/depositphotos.com S. 10  
Poike/istockphoto.com S. 11  
[monkeybusinessimages/istockphoto.com](https://monkeybusinessimages/istockphoto.com) S. 11  
[marta.locklear/stocksy.com](https://marta.locklear/stocksy.com) S. 12  
[svetikd/istockphoto.com](https://svetikd/istockphoto.com) S. 13

## DRUCKEREI

Langebartels & Jürgens, Hamburg

## UNSER DANK

Wir danken unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Partnern für die tatkräftige Unterstützung bei der Erstellung des Geschäftsberichts.







**CreditPlus Bank AG**

Augustenstraße 7  
70178 Stuttgart

**[www.creditplus.de](http://www.creditplus.de)**