



HALTUNG SCHAFFT ZUKUNFT

2 EDITORIAL

4 STATEMENT

6 MAGAZIN

- 6 ORIENTIERT AN KUND:INNEN
- 18 TEIL DER GEMEINSCHAFT
- 24 GESTÄRKT IM TEAM

32 REPORT 2021

- 32 FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG
- 34 STRATEGIE
- 36 GRUPPENAUFSTELLUNG
- 38 DATEN UND FAKTEN
- 40 WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG
- KONTAKT / IMPRESSUM

HALTUNG SCHAFFT ZUKUNFT

Veränderung findet im digitalen Zeitalter schnell, massiv und auf vielen Ebenen gleichzeitig statt. Die Kunst liegt darin, beweglich zu agieren und dabei festen Stand zu bewahren. Was es dafür braucht? Haltung. Wir finden sie im Wissen um die eigene Identität und im Vertrauen in unsere Stärken. Sie beflügelt uns für die Zukunft, neue Wege zu gehen, und erdet uns zugleich für den Umgang mit Unbekanntem. Kommende Herausforderungen meistern wir durch unser wertschätzendes Miteinander, die besondere Nähe zu unseren Kund:innen und als verantwortungsbewusster, nachhaltig agierender Teil der Gemeinschaft.

Diese Haltung leben wir.

DAS MINDSET MACHT DEN UNTERSCHIED

WAS ES HEISST, EINE NEUE UNTERNEHMENSKULTUR ZUM LEBEN ZU ERWECKEN

Wir leben in einer Zeit voller Veränderungen. Da gibt es die ganz unmittelbaren, die von einem Moment auf den anderen über einen hereinbrechen. Und es gibt die schleichenden Veränderungen, die sich fast unmerklich vollziehen. Es gibt die selbst herbeigeführten und die, die man nicht beeinflussen kann. Was man jedoch sehr wohl beeinflussen kann, ist die Art, Veränderungen zu begegnen. Das Mindset macht den Unterschied – vielleicht der entscheidende **Faktor für eine erfolgreiche Zukunft**.

Das haben wir bei der Creditplus Bank früh erkannt und zu einer Frage der Unternehmenskultur gemacht. Die **VUCA-Welt**, die uns umgibt, verstehen wir im positiven Sinne als Herausforderung. Den VUCA-Faktoren volatility (Unbeständigkeit), uncertainty (Unsicherheit), complexity (Komplexität) und ambiguity (Ungewissheit) setzen wir **Verlässlichkeit und Struktur, zugleich aber auch Offenheit und Flexibilität** entgegen. Für unsere Kund:innen, Partner und natürlich für unsere Mitarbeitenden.

Challenge accepted – challenge completed? Noch nicht ganz: Wir befinden uns nach wie vor in einem **Transformationsprozess** hin zu einer digitalen Organisation. Und ich weiß, dass man eine neue Unternehmenskultur nicht mal eben so einführt, sie wächst mit dem Unternehmen und seinen Menschen.

Den Wandel aktiv und gewinnbringend gestalten: Das ist unser und auch mein **Spirit**. Mit unserer „**Winning Culture**“, die nun seit 2018 durch das Unternehmen weht und sich auch immer mehr verankert – über alle Ebenen hinweg. So finden unsere Kund:innen den Weg zu uns **direkter und schneller als je zuvor** und wir verstehen ihre Bedürfnisse noch besser. Gemeinsam mit unseren Partnern finden wir Lösungen, die sie am Markt wirklich weiterbringen. Und als Team sind wir stärker denn je: Wer wie wir **die Vielfalt fördert**, wird mit einer immensen Bandbreite an Fähigkeiten und Persönlichkeiten belohnt. Diese Qualität werden wir noch weiter ausbauen.

„Der Schlüssel heißt Empowerment: Wir wollen das Umfeld sein, in dem unsere Mitarbeitenden ihre Potenziale voll entfalten und ihre Stärken einbringen können.“





Der Schlüssel dazu heißt **Empowerment**: Wir wollen das Umfeld sein, in dem unsere Mitarbeitenden ihre Potenziale voll entfalten und ihre Stärken einbringen können. Out of the box und mitten rein ins lösungsorientierte Denken und Handeln.

Wer uns „von früher“ kennt und heute auf die Creditplus Bank schaut, sieht all die bisher erreichten Veränderungen sicherlich viel deutlicher als wir im daily business.

Schneller, agiler, digitaler sind wir geworden. Zugleich sind unsere Kernwerte wie **Kundenorientierung, Wertschätzung und Verantwortungsbewusstsein** geblieben – denn sie sind ein fester Teil der Creditplus Bank. Heute wie auch in Zukunft!

BELGIN RUDACK
VORSTANDSVORSITZENDE
DER CREDITPLUS BANK

WIR HABEN DAS ZEUG DAZU, ERFOLGREICH ZU SEIN

TROTZ SCHWIERIGER RAHMENBEDINGUNGEN SIEHT STÉPHANE PRIAMI, CEO DER CRÉDIT AGRICOLE, DIE UNTERNEHMENSGRUPPE FÜR DIE ZUKUNFT GUT GEWAPPNET.



STÉPHANE PRIAMI
VORSTANDSVORSITZENDER
DER CRÉDIT AGRICOLE

„WORAUF ES
UNS WIRKLICH
ANKOMMT.“

Die Pandemie hat große Auswirkungen auf unser Geschäftsumfeld. Wir leben in einer Zeit der Unsicherheit und des Umbruchs. Der Ausbruch des Krieges in der Ukraine gehört ebenfalls dazu. Vor diesem Hintergrund hat die Crédit Agricole-Gruppe ihren neuen Mid-Term-Plan (MTP) „Ambitions 2025“ ins Leben gerufen. Die CA Consumer Finance hat auf dieser Grundlage ihren strategischen Plan „Go to the Future“ entwickelt, der auf drei Säulen beruht: Unser Ziel ist es, Marktführer bei der umweltfreundlichen Mobilität in Europa, bei der Entwicklung neuer Lösungen sowie im sozialen und gesellschaftlichen Engagement zu werden.

**„WIR HABEN
DIE KRAFT, DIE
AKTUELLEN
UNWEGBARKEITEN
ZU MEISTERN.“**

Die Botschaft des MTP ist einfach: Auch wenn die kurzfristige Entwicklung nicht vorhersehbar sein mag, ist unsere Richtung klar. Die Crédit Agricole ist ein wichtiger Akteur, der die Kraft hat, die aktuellen Herausforderungen zu meistern und seine Unterstützung bei den großen gesellschaftlichen Veränderungen beizubehalten. Als spezialisierter Finanzdienstleister steht die CA Consumer Finance dabei an vorderster Front. Wir wollen möglichst vielen Menschen die Chance geben, sich im Sinne der globalen Werte der Crédit Agricole an der Energie- und Umweltwende zu beteiligen. Sei es in Bezug auf Mobilität, Sanierungen oder Nachhaltigkeit.

In der gesamten Crédit Agricole-Gruppe ist Engagement ein Teil unserer DNA: Es macht uns stark und attraktiv – nach außen, aber auch gegenüber unseren Mitarbeiter:innen. Alle Tochtergesellschaften der Gruppe arbeiten jeden Tag im Interesse unserer Kund:innen und der Gesellschaft. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, die Herausforderungen in den Bereichen Integration, Vielfalt, Leistung und Innovation zu meistern.

Creditplus macht das jeden Tag!

**„ENGAGEMENT
IST TEIL UNSERER
DNA UND MACHT
UNS STARK UND
ATTRAKTIV.“**

DAS RICHTIGE ANGEBOT ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT



KLINGT KOMPLIZIERT. MACHT ES ABER EINFACH: EMBEDDED FINANCE

Sollte das Buzzword „Embedded Finance“ bisher an Ihnen vorbeigegangen sein – kein Problem.

Der Trend dahinter ist Ihnen sicherlich schon begegnet. Denn gemeint ist nichts anderes, als eine Finanzierung, Versicherung und weitere Leistungen direkt dort unter Dach und Fach zu bringen, wo der Einkauf stattfindet. Also zum Beispiel im Autohaus, im Möbel- oder Elektrohandel. Ohne Umweg über die Bank.

Bei dieser Form der Finanzierung zählt einzig und allein, es den Kund:innen so einfach und angenehm wie möglich zu machen.

Ob der Finanzierungspartner eine Bank oder ein anderes Unternehmen ist, tritt zunehmend in den Hintergrund. Unsere Branche trifft hier auf eine immer breitere Palette an agilen Akteur:innen jenseits des klassischen Bankensektors. Was das für uns bedeutet? Es gilt, gezielt unsere Stärken auszuspielen und uns mit Partnern zu vernetzen, um in diesem hoch dynamischen und hart umkämpften Markt langfristig erfolgreich zu sein.

„Voller Innovationskraft und dabei zugleich solide und verlässlich: Das ist unsere Art, unseren Kund:innen das Leben zu erleichtern.“



DANIEL ESCHBACH
VERTRIEBSVORSTAND DER
CREDITPLUS BANK

DAS PRINZIP ONE-STOP-SHOP

Anstatt zahlreiche Einzellösungen wie beispielsweise das Fahrzeug, die Finanzierung, die Versicherung oder Werkstatteleistungen zu kaufen, bekommen die Kund:innen alles aus einer Hand zu einem fixen Preis.

AUFS TEMPO DRÜCKEN

Agile Dienstleister von Embedded Finance-Lösungen bringen innerhalb kürzester Zeit sogenannte Minimal Viable Products (MVP) auf den Markt. Diese werden anschließend mit dem direkten Feedback der ersten Kund:innen weiterentwickelt.

ALLES DREHT SICH UM DIE KUND:INNEN

Die Bedürfnisse der Kund:innen, die Sicherung der Kundenschnittstelle sowie die Customer Experience – das sind beim Embedded Finance die entscheidenden Treiber bei der Entwicklung von Lösungen.

DA IST NOCH MEHR DRIN

Gezielte Datennutzung ermöglicht zusätzliche Benefits – beispielsweise, wenn gutes Fahrverhalten oder ein gesunder Lebensstil in günstigere Versicherungsprämien münden. Gerade für den Versicherungssektor bietet Embedded Finance somit noch viel Potenzial.

5

SCHRITTE DES DIGITALEN WANDELS DER BANKEN

- 1 / Antragsstrecken digitalisieren
- 2 / Beratungsstrecken digitalisieren
- 3 / Digitale Kultur etablieren und Belegschaft mitnehmen
- 4 / Partnerschaften mit InsureTechs und FinTechs
- 5 / Kernkompetenzen von jedem Partner einbringen

ZIEL: BESTEN PROZESS FÜR KUND:INNEN MIT PARTNERN KREIEREN

DIE KUNDENBRILLE AUFSETZEN

Was braucht es, um auf dem Marktplatz „Embedded Finance“ zu bestehen? Zunächst die Bereitschaft und Fähigkeit, die Kund:innen zum absoluten Zentrum der eigenen Geschäftstätigkeiten zu machen. Check: Diese Denkweise liegt seit jeher in unserer DNA. Eine weitere Voraussetzung ist ein hoher Digitalisierungsgrad – seit vielen Jahren ein Kern unserer strategischen Ausrichtung.

OHNE DIGITALISIERUNG LÄUFT NICHTS

Mit Blick auf Embedded Finance haben wir eine hybride und modular aufgebaute Financial Platform aufgesetzt. Sie bildet die technologische Basis, auf der wir stetig neue Lösungen entwickeln und integrieren. So können wir ein Portfolio verschiedener Produkt- und Serviceangebote über diverse Kanäle ausspielen – die optimale Voraussetzung für die Vernetzung mit Partnern und gemeinsame Produktintegrationen im Sinne der Kund:innen. Wo wir auch schon bei einem weiteren zentralen Erfolgsfaktor wären: Partnerschaften, die über den eigenen Tellerand hinausreichen.

RAUS AUS DER KOMFORTZONE

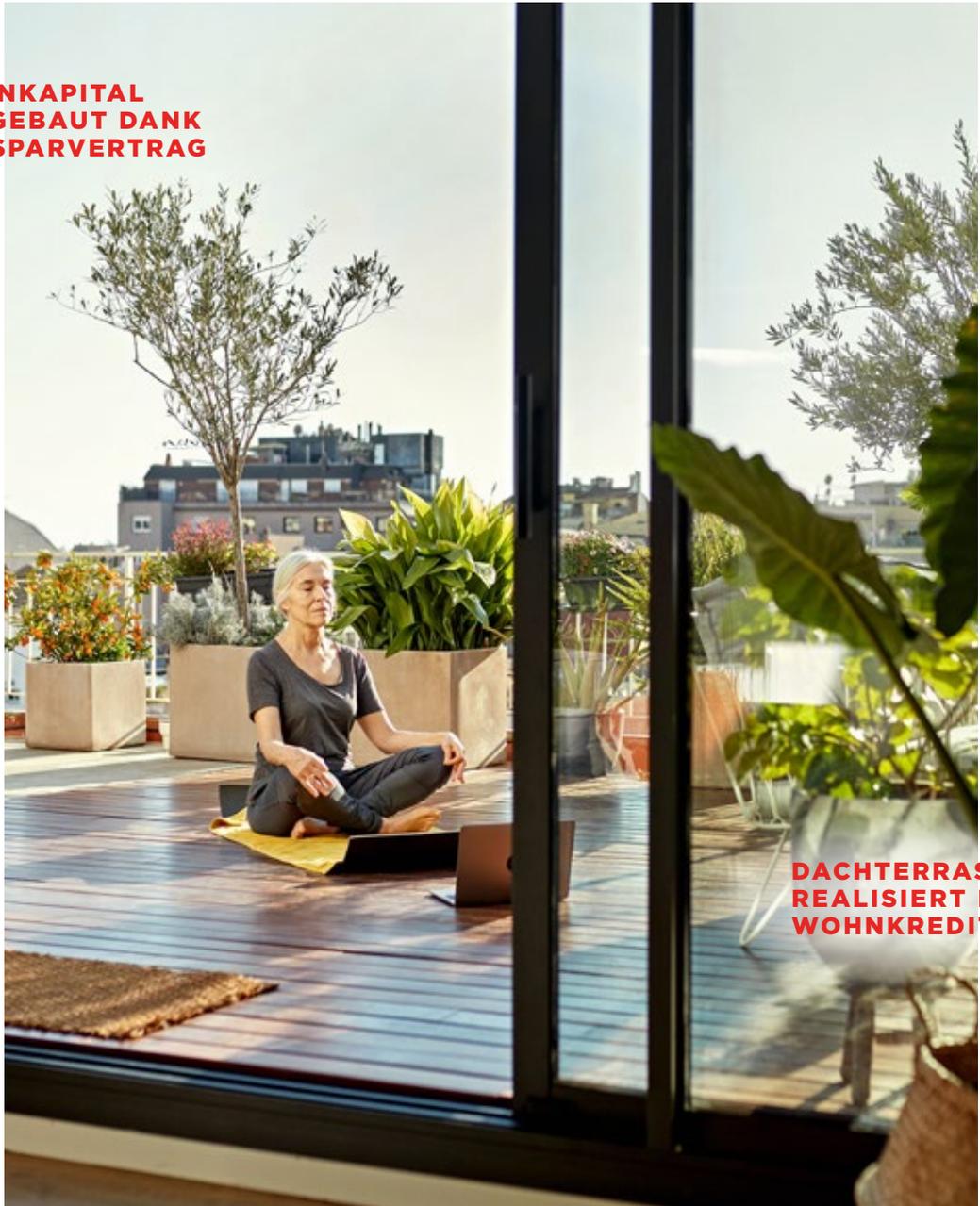
Wer ausschließlich in etablierten Geschäftsmodellen denkt, nimmt sich selbst die Chance, neues und aufregendes Terrain zu erobern. Durch unsere Offenheit für Kooperationen zum Beispiel mit Akteur:innen aus der FinTech- oder InsureTech-Branche bereichern wir unser Leistungsspektrum. Im Gegenzug haben wir aber auch viel zu bieten, etwa unsere Expertise in der Konsumfinanzierung und im Risikomanagement. Und natürlich macht nicht zuletzt unsere Finanzstärke uns für potenzielle Partnerschaften attraktiv. Wir sehen uns – am Point of Sale!



WÜSTENROT UND CREDITPLUS: WOHNTRÄUME ERFÜLLEN LEICHT GEMACHT

**EIGENKAPITAL
AUFGEBAUT DANK
BAUSPARVERTRAG**

**RUHEOASE EINGERICHTET
DANK RATENKREDIT**



**TRAUMWOHNUNG GEKAUFT
DANK PASSGENAUER FINANZIERUNG**

**DACHTERRASSE
REALISIERT DANK
WOHNKREDIT**

ALLES AUS EINER HAND

Hauskauf, Renovieren, Umziehen, Einrichten – der Finanzierungsbedarf rund ums Wohnen ist vielfältig. Ab sofort decken die Creditplus Bank und Wüstenrot gemeinsam eine breite Produktpalette ab, um den Kund:innen den möglichst direkten Weg zum Kredit zu ermöglichen. Im Rahmen der Kooperation führen die beiden renommierten Partner ihr Angebot zusammen: So bietet die Creditplus Bank Wohnsparen und Wohndarlehen mit Wüstenrot an, umgekehrt vermittelt Wüstenrot Privatkundendarlehen der Creditplus. Ein:e Ansprechpartner:in, kurze Wege – und ein gelungenes Beispiel für Embedded Finance.

IHR SEID DA, WO ICH EUCH BRAUCHE

**„Ich habe wenig Zeit
und erledige möglichst
alles online.“**

Wo sind bloß all die Stunden geblieben? Wer kleine Kinder hat, kennt diese Frage am Ende des Tages nur zu gut. Zeit ist einfach immer rar und kostbar. Umso mehr weiß ich es zu schätzen, wenn ich mir Wege sparen und so viel wie möglich online erledigen kann. In Sachen Finanzierung macht mir die Creditplus das Leben wirklich leicht. Meinen Sofortkredit hatte ich in einer guten Viertelstunde

komplett online abgeschlossen. Inklusive aller Formalitäten wie dem Identitätsnachweis. Das Geld hatte ich superschnell auf dem Konto und konnte es direkt in Babyausstattung investieren. Und wenn ich doch mal Beratung brauche, gibt es bei der Creditplus ja den Online-Chat rund um die Uhr.



20.

FILIALE ERÖFFNET

Die Vor-Ort-Beratung sowie die Nähe zum Markt und zu den Menschen sehen wir als tragende Säulen unseres Geschäfts und investieren daher in unsere Filialen. Unser Motto: 100% digital, 100% menschlich. Deshalb wurden die bestehenden Standorte in Stuttgart, Bremen und Essen modernisiert oder erhielten neue Räumlichkeiten. Und entgegen dem Branchentrend bauen wir unser Filialnetz weiter aus: 2021 haben wir in Mönchengladbach Filiale Nummer 20 eröffnet.

„Ich möchte auf den Besuch in meiner Filiale nicht verzichten.“

Digitalisierung ist eine gute Sache und in vielen Lebenslagen eine große Bereicherung. Doch in Geldfragen bin ich Old School, wie man so schön sagt. Da brauche ich die persönliche Beratung und möchte auf den Besuch in meiner Bankfiliale nicht verzichten. Dort kennt man mich und meine Fragen rund um meine Finanzierung werden kompetent und vor allem freundlich beantwortet. Von den Vorteilen digitaler Prozesse profitiere ich natürlich auch gern – zum Beispiel, dass alles so schnell geht und kein Papierkram mehr anfällt. Trotzdem freue ich mich, dass die Creditplus auch weiterhin den Vor-Ort-Service anbietet und nicht wie so viele andere Banken eine Filiale nach der anderen schließt.



MOBILITÄT GANZ EINFACH

**IM GESPRÄCH: ALEXANDER BÜHLER,
LEITER VERTRIEB AUTOMOTIVE BEI DER
CREDITPLUS BANK**

**IN CHINA KAUFT MAN AUTOS LÄNGST ONLINE,
IN DEUTSCHLAND GING MAN BIS VOR EINIGEN
JAHREN NOCH IM DURCHSCHNITT 4-MAL ZUM
HÄNDLER, BEVOR ES ZUM AUTOKAUF KAM. WIE
SCHÄTZEN SIE DIE E-COMMERCE-ENTWICKLUNG
IM DEUTSCHEN AUTOHANDEL EIN?**

Auch hierzulande kommt Dynamik ins Kaufverhalten. Schon heute sind es nur noch durchschnittlich 1,4 Besuche im Autohaus – ein Großteil der Kund:innen nutzt das Internet, um sich vorab umfassend zu informieren. Studien bestätigen den Trend: Demnach können sich nahezu 66% der Autointeressent:innen einen Autokauf online vorstellen. Der Handel schätzt, dass bis 2030 die Hälfte der Käufe digital erfolgt. Wir sehen darin einen klaren Auftrag, die Händler wie auch die Kund:innen beim Online-Autokauf zu unterstützen, und haben dafür bereits smarte Lösungen entwickelt, allen voran unsere Onlinestrecke MobilePlus.

**WO SEHEN SIE DARÜBER HINAUS CHANCEN
DURCH DIGITALE LÖSUNGEN?**

Im Bereich der Kfz-Finanzierungen für die Privatkund:innen unserer Business Partner haben wir einen technologisch wichtigen Sprung gemacht: Wir setzen in unserer Kreditentscheidungs-Software ein modernes Machine-Learning-Verfahren ein. Dabei wird die bisherige Score-Entscheidung durch ein Verfahren aus der künstlichen Intelligenz verbessert. Das Ergebnis sind noch zielgenauere Kreditentscheidungen – und höhere Umsatzchancen.

**MIT DEM AUTO-ABO ETABLIERT SICH GERADE
EINE NEUE ART DER FAHRZEUGNUTZUNG. HAT
DIE CREDITPLUS DIESEN TREND IM BLICK?**

Mehr als das: Wir haben mit ViveLaCar einen starken Anbieter in diesem Segment als Partner gewonnen. Mit einer schnellen und unkomplizierten Refinanzierungslösung für Fahrzeuge im Auto-Abo können wir dem Handel einen weiteren Mehrwert bieten – zusätzlich zu unserem bestehenden, attraktiven Produktportfolio aus Absatzfinanzierung, Leasing und Händlereinkaufsfinanzierung.

**„Mit unseren Kooperationen und digitalen
Lösungen im Automotive-Bereich setzen
wir Meilensteine auf dem Weg der Creditplus
zur Multichannel-Bank. Unser Ziel sind
kundenfreundliche Einkaufserlebnisse
auf allen Kanälen.“**

**ALEXANDER BÜHLER
LEITER VERTRIEB AUTOMOTIVE
BEI DER CREDITPLUS BANK**



AUTO-ABO

ViveLaCar

ES LEBE DAS UNKOMPLIZIERTE!

Das Auto-Abo schließt die Lücke zwischen Auto-kauf und -leasing – und hat sich zuletzt zum echten Boom im Automobilssegment entwickelt. Interessant ist es vor allem für Fahrer:innen, die ein Fahrzeug so unverbindlich wie möglich nutzen möchten: Abo abschließen, einsteigen, losfahren. Auch die Creditplus Bank ist Teil der neuen Auto-Abo-Welt. Unsere Kooperation mit dem

Stuttgarter Start-up ViveLaCar schafft optimale Voraussetzungen, um den für Kund:innen und Händler gleichermaßen attraktiven Markt zu erschließen. ViveLaCar-Partner können ihre Fahrzeuge für das Abo-Angebot zu Top-Konditionen über die Creditplus Bank refinanzieren. Auf diese Weise unterstützen wir Markenvertragshändler dabei, zusätzliche Absatzpotenziale auszuschöpfen.



100%
DIGITAL

KI-basiertes
Tech-Unternehmen

Bis zu drei
Abonent:innen
können sich ein
Auto teilen



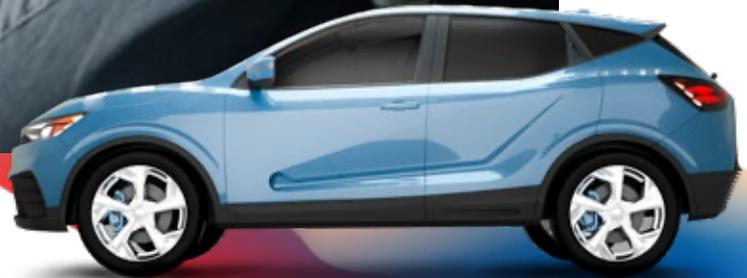
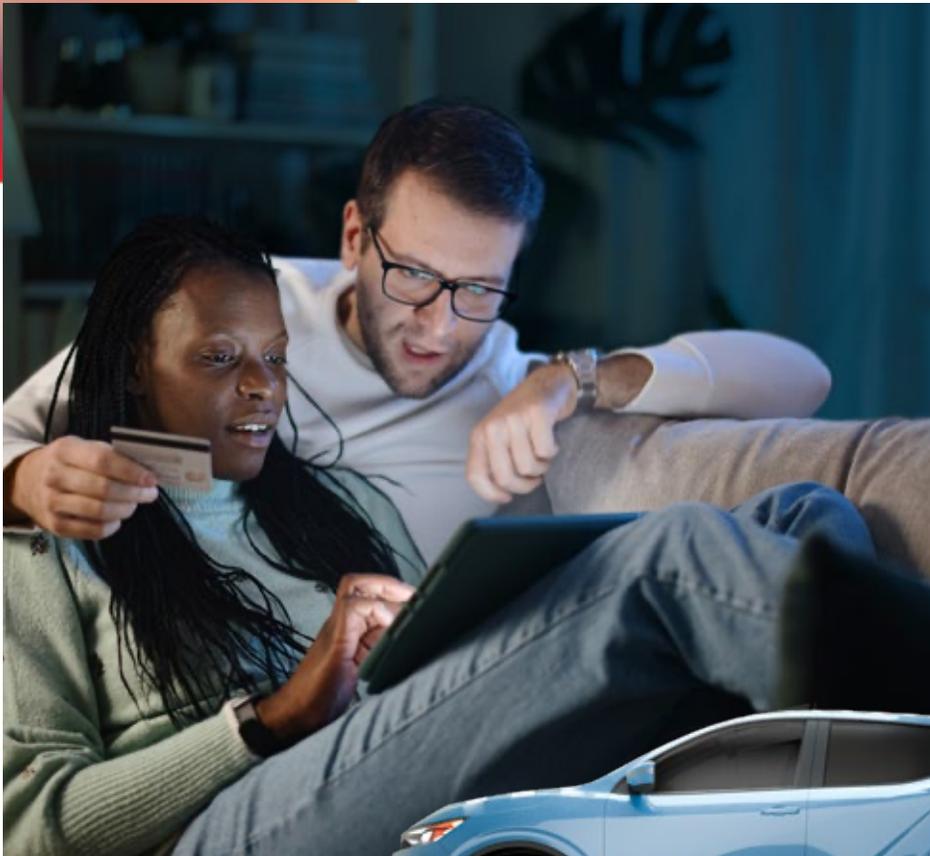
Auto-Abo = Auto-Freiheit

Kurzfristig verfügbar,
100% flexibel

Wartungskosten, Mobilitäts-
garantie, Kfz-Versicherung +
Kfz-Steuer inklusive

In wenigen Tagen
startklar

0:43 UHR - GLEICH GEHÖRT ES UNS!



ONLINE-AUTOKAUF 24/7

Kund:innen von Koch Automobile waren die ersten, die in den Genuss des volldigitalen Kreditabschlusses kamen, hinter dem die Creditplus Bank mit MobilePlus steht. Für den Start der innovativen Onlinestrecke kooperierten wir mit dem Mehrmarkenhändler mit Sitz in Berlin. Ein erfolgreicher Kick-off im Sinne der Autokäufer:innen!

PER KLICK BESTELT, VOR DIE HAUSTÜR GELIEFERT

Wissen Sie noch früher: Als man sich an Öffnungszeiten halten musste, um einzukaufen? Das ist nun auch im Automobilbereich vorbei: Immer mehr Autohändler werden zu Onlinehändlern. Neben dem „Live-Erlebnis“ und der persönlichen Beratung im Autohaus ist ein Autokauf inklusive Finanzierung mittlerweile voll digital möglich – mit nur wenigen Klicks, rund um die Uhr und ohne von der Couch aufzustehen. Auf Wunsch wird das Traumauto bis vor die Haustür geliefert.

Um den Kund:innen diesen Service bieten zu können, braucht es die entsprechenden Prozesse im Hintergrund – auch für die Finanzierung, denn immerhin werden acht von zehn Neuwagen und vier von zehn Gebrauchtwagen über einen Kredit oder einen Leasingvertrag finanziert. Mit der Onlinestrecke MobilePlus hat die Creditplus Bank eine technische Lösung zum Einbinden in beliebige Webshops programmiert. Sie macht es den Händlern besonders einfach, die Finanzierung komplett in ihren eigenen Onlineshop zu implementieren.



CARL BIEDERMANN
DIGITAL MANAGER DER
KOCH GRUPPE AUTOMOBILE AG

„Wir sorgen für alle notwendigen Abläufe und ermöglichen Kund:innen eine rein digitale, transparente und einfache Abwicklung. Unseren Partnerhändlern bieten wir damit völlig neue Absatzchancen.“

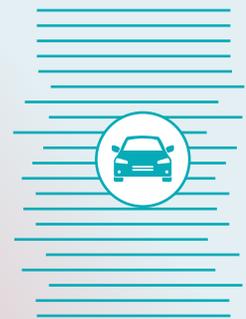
165.000



FRANKFURT



STUTTART



BYE-BYE KFZ-BRIEFE ...

Ende November 2020 rollte ein Lkw von der Creditplus-Zentrale in Stuttgart Richtung Hessen. An Bord: über 165.000 Kfz-Briefe. Eine Stückzahl, die uns als Bank zuletzt vor die Frage gestellt hatte, interne Bordmittel für das aufwendige Handling der Briefe deutlich auszubauen oder einen externen Spezialisten mit ins Boot zu holen. Die Entscheidung fiel auf das Outsourcing – und hat sich binnen kürzester Zeit bewährt. Die Rückmeldungen der Händler und Endkund:innen sind überaus positiv und auch unsere Mitarbeiter:innen profitieren von den schnellen softwaregestützten Prozessen.

#VANLIFE



UNTERWEGS UND DOCH ZU HAUSE

HOME IS WHERE WE PARK IT

Urlaub auf flexible Art – das wollen immer mehr Menschen. Über 81.000 Wohnmobil-Neuzulassungen gab es allein 2021.* Und der Trend hält an. Vor allem junge Familien entdecken die neue Reisefreiheit für sich. Apropos Freiheit: Um sich den Traum vom rollenden Feriendomizil erfüllen zu können, wird etwa jeder zweite Reisemobil-Kauf über einen Kredit realisiert. Das Gesamtkreditvolumen dürfte 2021 erstmals die Schwelle von drei Milliarden Euro überschritten haben.** Erste Wahl ist dabei der klassische Ratenkredit. Aber auch andere Finanzierungsmodelle macht die Creditplus Bank möglich, ganz nach dem Motto:

Flexibel reisen, flexibel finanzieren ...

* Quelle: ADAC (<https://www.adac.de/reise-freizeit/camping-trends/>)

** Quelle: „Clever auf Pump kaufen“, www.autobild.de/reisemobil | Nr. 4/2022

AUF DEM WEG ZUR NACHHALTIGEN BANK

BANKEN SPIELEN IM KAMPF GEGEN DEN KLIMAWANDEL EINE SCHLÜSSELROLLE. KREDITVERGABE UND FINANZIERUNGSLÖSUNGEN SIND WICHTIGE LENKUNGS-INSTRUMENTE ZUR GESTALTUNG EINER NACHHALTIGEN WIRTSCHAFT. AUCH WIR BEI DER CREDITPLUS BANK WISSEN: DEN VIELFÄLTIGEN NACHHALTIGKEITSANFORDERUNGEN - STICHWORT ESG-KRITERIEN - GERECHT ZU WERDEN, IST KEIN SPRINT, SONDERN EIN LANGSTRECKENLAUF. WIE GUT, DASS WIR JEDE MENGE AUSDAUER UND MOTIVATION HABEN.

WAS BEDEUTET ESG?

ESG - drei Buchstaben mit großer Wirkung. Dahinter verbergen sich die Begriffe „Environmental“ (Umwelt), „Social“ (Soziales) und „Governance“ (Unternehmensführung), die wiederum für eine umfassende Transformation unserer Gesellschaft stehen. Diese zieht sich durch alle Lebensbereiche: die Art, wie wir wirtschaften, wie wir mit unserer Umwelt und miteinander umgehen.

WELCHE ROLLE SPIELEN BANKEN?

Nachhaltigkeitsrisiken sind stets auch finanzielle Risiken. Der Finanzsektor ist in diesem anspruchsvollen Prozess deshalb ein zentraler Akteur. Mit so vielen Facetten, dass ein Rundumblick gefordert ist: Denn es gilt, nicht nur das eigene Handeln zu analysieren. Banken stehen in Beziehungen zu vielen Stakeholdern, darunter Kund:innen, Anleger:innen und Ratingagenturen. Der Gesetzgeber und nicht zuletzt die Öffentlichkeit fordern ebenfalls Antworten auf die Frage, wie Kreditinstitute die ESG-Kriterien erfüllen.

WO STEHEN WIR?

Während die EU einen genauen Regulierungsrahmen derzeit noch erarbeitet, haben Banken längst aktiv den ESG-Pfad eingeschlagen - wie die Creditplus. Als Bank für Konsumentenkredite haben wir dabei einen speziellen Blickwinkel. So gestalten wir zum Beispiel durch unseren Fokus auf Finanzierungen im Bereich E-Mobility die Mobilitätswende mit. Smarte, nachhaltige Lösungen stehen auch bei unseren Kooperationen im Mittelpunkt. In puncto soziales Engagement waren wir schon ganz weit vorn, als die Abkürzung ESG noch gar nicht auf der Agenda stand. Wir sind gut gerüstet: Der Kurs ist gesteckt und viele Meilensteine bereits gesetzt. Doch zugleich ist uns bewusst, dass noch viele Schritte zu gehen sind auf dem Weg zur nachhaltigen Bank.



UNSERE VISION: EIN KLIMANEUTRALES
UNTERNEHMEN UND EINER DER FÜHRENDEN
ANBIETER FÜR NACHHALTIGE FINANZIERUNGEN
IM PRIVATKUNDENGESCHÄFT ZU SEIN.

SCHON VIEL ERREICHT - UND NOCH VIEL MEHR VOR: UNSERE BISHERIGEN MEILENSTEINE

E

WIE ENVIRONMENTAL



S

WIE SOCIAL

Bekanntnis zu den CA CF-Klimazielen und zum Bundesklimaschutzgesetz der Bundesregierung. (Anmerkung: Das CA CF-Klimaziel ist Klimaneutralität bis 2050.)

Erstellung einer **jährlichen Ökobilanz.**

Gruppenziel für 2021 und 2022: **Reduktion der CO₂-Emissionen um 5%.**

Auf- und Umsetzen eines umfangreichen **Maßnahmenkatalogs zur CO₂-Reduktion.**

Kompensation von CO₂-Emissionen (**Scope 1 und 2**).

Maßnahmen zur Energieeffizienz, insbesondere durch digitale und somit papierlose Prozesse.

Grünstrombezug für sämtliche Standorte seit 2017.

Engagement für Biodiversität, u. a. durch Ansiedlung von Bienenvölkern, Aufzuchtprojekte.

Mobiles Arbeiten: Reduktion von Arbeitswegen.

Bike-Leasing für Mitarbeiter:innen.

Förderung von Diversität und Inklusion Unterzeichner:in der Charta der Vielfalt seit 2020.

Finanzworkshops zum verantwortungsvollen Umgang mit Geld, z. B. an Schulen und Institutionen der Evangelischen Gesellschaft (eva).

Verantwortungsvolle Kreditvergabe, z. B. mit dem „**Back on Track**“-Projekt zur **Stärkung von Inclusive Banking** (besserer Kreditzugang für alle, Unterstützung fragiler Kund:innengruppen).



Kontinuierliche Optimierung

einer nachhaltigen Unternehmenskultur durch **FReD**, das konzernweite CSR-Programm der Crédit Agricole Bankengruppe.

Ein Plus:Für Andere:

Förderprogramm für ehrenamtliches Engagement mit zehn Projekten im Jahr.

Gesundheitsschutz und Ergonomie am Arbeitsplatz.

Förderung der Work-Life-Balance, u. a. durch familienfreundliche Arbeitsmodelle.

Weiterbildung/Qualifizierung der Beschäftigten.



WIE GOVERNANCE

G

Aufsetzen eines Leitbilds zur Nachhaltigkeit und Entwicklung einer **Nachhaltigkeitsstrategie**.

Konsequente Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten an ESG-Kriterien, u. a.

Steigerung des Green-Finance-Anteils im Kreditportfolio, Entwicklung ESG-konformer Bankprodukte.

Teil der Initiative Stuttgart Financial mit dem Ziel, Stuttgart als Zentrum für Sustainability und Sustainable Finance zu positionieren.

Finanzierung klimaschonender Produkte und Technologien, allen voran bei der E-Mobilität (Autos, Motorräder, E-Bikes/Pedelecs) sowie im Bereich Household Equipment.

Kommunizierte **Unternehmenswerte und -Richtlinien**.

Einhaltung strenger **Compliance-Regeln**.

Sicherstellung von **Chancengleichheit und -gerechtigkeit, Steigerung der Frauenquote auf allen Hierarchieebenen**.

Zeitgemäße, **geschlechterneutrale Vergütungsmodelle**.

875

BÄUME



WURZELN SCHLAGEN FÜR DIE ZUKUNFT

Klimaschutz kennt keine Grenzen. Da das Treibhausgas CO₂ global wirkt, lohnt sich jeder Einsatz für seine Reduzierung – ganz egal, wo auf der Welt. Rund 9.000 Kilometer liegen zwischen den Aufforstungsprojekten, für die wir uns engagieren. Ob bei einer Pflanzaktion von 875 Eichen mit Plant-for-the-Planet in Stuttgart oder im Rahmen eines Kompensationsprojekts in Uganda – das Ziel ist überall dasselbe: durch Bäumepflanzen einen Beitrag zur Erhaltung des Waldes als Lebensraum leisten. Übrigens: Durch das Kompensationsprojekt hat die Creditplus 2021 1.025 Tonnen CO₂ ausgeglichen. Das sind 12,4 % unseres Gesamtverbrauchs.



MEHR ALS

30.000

BIENEN

IMMER BUSY: DIE CREDITPLUS BEES

Die Creditplus-Zentralen in Stuttgart und Offenbach haben zuletzt ein beeindruckendes Wachstum hingelegt: Mehr als 30.000 neue Mitarbeitende sind auf einen Schlag an Bord gekommen. Sie alle arbeiten in der Funktion als Honigbiene und haben dafür eigene „Büros“ bezogen, in denen sie besonders produktiv sein können. Bienen sind Schlüsselfiguren für unser Ökosystem, doch ihre Existenz ist stark gefährdet. Durch unsere Bienenpatenschaften über die Organisation „nearbees“ engagieren wir uns für Biodiversität und unterstützen regionale Imker:innen. Die Bienenvölker – bei uns liebevoll CreditplusBees genannt – haben wir mittlerweile noch um mehrere Wildbienen-Hotels ergänzt.

DIE FINANZWELT IST VOR ALLEM EINES: PEOPLE'S BUSINESS

VOM ARBEITGEBER- ZUM ARBEITNEHMERMARKT: IN ZEITEN DES FACHKRÄFTE-MANGELS FINDET EIN PERSPEKTIVWECHSEL STATT. RECRUITING UND EMPLOYER BRANDING WERDEN MEHR DENN JE ZU STRATEGISCHEN SCHLÜSSELAUFGABEN FÜR UNTERNEHMEN - UND MANCHMAL AUCH ZUR ECHTEN HERAUSFORDERUNG. DIE CREDITPLUS BANK HAT DEN WANDEL BEREITS EINGELEITET UND STELLT SICH IN DEN KERNBEREICHEN DES PERSONALMANAGEMENTS ZUKUNFTSFÄHIG AUF.

VERÄNDERTE PRIORITÄTEN

Was macht einen attraktiven Arbeitgeber aus? Die Antworten auf diese Frage haben sich in den letzten Jahren verändert.

Die heutige Bewerber:innen-Generation setzt andere Prioritäten - etwa wenn es um flexible Arbeitszeitmodelle und die Möglichkeit zum Homeoffice geht. Umso wichtiger ist daher, dass wir unsere Benefits immer wieder auf den Prüfstand stellen und an moderne Anforderungen anpassen.

STARTHILFE GEBEN

In unserem neuen Karrierebereich auf der Website erfahren potenzielle Neuzugänge schnell und direkt, wofür die Creditplus Bank steht und welche Leistungen wir bieten. Ist ein neues Teammitglied gefunden, beginnt mit dem Onboarding eine für alle Beteiligten entscheidende Phase. Einen rundum positiven Start in der Creditplus-Welt begleiten wir mit vielfältigen Maßnahmen und Kennenlern-Veranstaltungen.



HAPPY TOGETHER

Gute Leute zu finden, ist nur die eine Seite. Nicht weniger wichtig ist, das eingespielte Team an Bord zu halten und für eine hohe Zufriedenheit und Identifikation zu sorgen.

Unsere 89 % Mitarbeiter:innen-Happiness sind ein toller Wert – gemeinsam geben wir alles, damit dies über alle Karrierestufen hinweg auch so bleibt. Dazu gehört natürlich auch eine marktgerechte und geschlechterneutrale Bezahlung.

ECHTES EMPOWERMENT

Wir glauben an die Stärke jedes Einzelnen und möchten die Potenziale unserer mehr als 700 smarten Köpfe bestmöglich fördern.

Umfangreiche Qualifizierungsprogramme und die Chance auf internationale Erfahrungen innerhalb der Unternehmensgruppe sehen wir als optimale Investition in ihre und unsere Zukunft. Agile Arbeitsmethoden und digitale Lernformate stehen dabei besonders hoch im Kurs, denn dem Upskilling unserer Mitarbeitenden kommt im Kontext der Digitalisierung immer größere Bedeutung zu.

TEAM DIVERSITY

Bei der Creditplus Bank werden Werte wie Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit jeden Tag mit Leben gefüllt.

Wir schauen nicht auf Anzug und Krawatte, sondern fördern das, was in den Menschen steckt. Die Frauenquote ist im Branchenvergleich extrem hoch, wir vereinen alle Altersgruppen und über 20 Nationen unter unserem Dach. Kolleg:innen aus anderen Branchen und mit nicht ganz „banktypischen“ Werdegängen heißen wir herzlich willkommen, denn sie bereichern uns mit neuen Ansätzen und Denkweisen. Diversität ist für uns somit kein Nice-to-have – wir sehen darin einen starken Wirtschaftsfaktor und Motor unseres unternehmerischen Erfolgs.



FÜR EINE ZUKUNFT, DIE BEFLÜGELT

AUSBILDUNG BEI DER CREDITPLUS BANK



**„Von wegen ‚kleine Azubis‘ – wir sind
voll ins Team integriert.“**

SOPHIA RAPP
AUSZUBILDENDE ZUR KAUFFRAU FÜR BÜROMANAGEMENT
UND DUALE STUDENTIN BEI DER CREDITPLUS BANK

Wenn ich mich mit Mitschüler:innen aus der Berufsschule unterhalte, wird mir noch mehr bewusst, was ich hier vom Unternehmen alles mitbekomme und wie viel man uns Azubis bei der Creditplus zutraut. Scheint wohl nicht selbstverständlich zu sein. In den zwei Jahren meiner Ausbildung zur Kauffrau für Büromanagement war ich in sieben verschiedenen Abteilungen eingesetzt – wo und wie lange, hing immer auch von meinen Interessen ab. Da hatte ich viel Mitspracherecht. Für mich geht es nach der Ausbildung direkt bei der Creditplus weiter: Im September komme ich als duale Studentin zurück. Von mir aus kann mein Weg auch danach gern hier weitergehen.



„Ich bin ein Puzzleteil auf dem Weg der Creditplus zur Tech-Bank.“

TIM KRÄMER
AUSZUBILDENDER ZUM FACHINFORMATIKER FÜR SYSTEMINTEGRATION
BEI DER CREDITPLUS BANK

„Wir sehen uns in zwei Jahren“: Mit diesen Worten habe ich mich 2019 bei einem Infotag der Creditplus Bank von der Ausbildungsleiterin verabschiedet. Die Bewerbung bei der Creditplus war dann auch gleich die erste, die ich nach dem Schulabschluss rausgeschickt habe. Und hier bin ich – mittlerweile schon im zweiten Lehrjahr als Fachinformatiker für Systemintegration. Mit meiner IT-Begeisterung bin ich genau da gelandet, wo ich hingehöre. Als ich zu meinen Ausbilder:innen sagte, dass ich mich gern näher mit dem Thema Automatisierung befassen würde, meinten die sofort: „Na klar, mach!“ Dass ich meine Ausbildung selbst mitgestalten kann, finde ich klasse!

60/40: MEHR FLEXIBILITÄT IM ARBEITSALLTAG



Montag, 08:00 Uhr

Den üblichen Stau am Montagmorgen bekomme ich heute nur im Radio mit, während ich meinen Dienst-Laptop hochfahre. Montags arbeite ich eigentlich immer von zu Hause aus und genieße das sehr. Früher begann die Arbeitswoche grundsätzlich mit Stress am Steuer, da ich von außerhalb nach Stuttgart pendle. An meinem mobilen Arbeitsplatz kann ich die Zeit deutlich produktiver nutzen.

Schreibtisch aufräume und mein Equipment wieder im „Creditplus-Trolley“, den jetzt alle Mitarbeitenden haben, verstaue. Zum Feierabend hinterlasse ich einen „clean desk“, an dem morgen andere Kolleg:innen arbeiten können.

Donnerstag, 09:00 Uhr

Der Trolley bleibt heute im Schrank und ich gehöre zu denen, die sich digital ins Meeting einwählen. In der Küche meiner Wohnung werkeln Handwerker – auf den Termin habe ich seit Wochen gewartet. Umso besser, dass ich so flexibel sein und die Arbeit heute von meinem Arbeitszimmer aus erledigen kann.



Dienstag, 12:30 Uhr

Mittagspause mit den Kolleg:innen in einer der vielen Creditplus-Küchen oder im schönen Innenhof der Zentrale Stuttgart. Schön, wieder beisammenszusitzen! Das habe ich wirklich vermisst, als wir in der Hochphase der Pandemie alle in unseren Wohnungen saßen und uns ausschließlich digital gesehen haben. Wenn ich jetzt auf diese Zeit zurückblicke, ist es schon echt beeindruckend, wie schnell wir in der Lage waren, weiterhin effizient zusammenzuarbeiten.

Freitag, 11:00 Uhr

Heute steht Weiterbildung auf dem Programm. Der Workshop findet online statt – da bietet sich das mobile Arbeiten an. Noch schnell einen Kaffee kochen und dann auf in den digitalen Seminarraum. Danach darf das Wochenende kommen!



Mittwoch, 15:00 Uhr

Laptop unter den Arm und auf in den Konferenzraum zur großen Abteilungsrunde. Viele Gesichter sehe ich dort heute live, manche Kolleg:innen haben sich über Teams zugeschaltet. Diese hybride Zusammenarbeit ist mittlerweile wirklich das „neue Normal“ geworden. Viel zu besprechen heute, sodass ich nach dem Meeting nur noch schnell den





„Wie geht das Arbeiten bei der Creditplus nach Corona weiter? Das haben sich nicht nur die Mitarbeiter:innen gefragt, auch die HR-Abteilung hat früh begonnen, das ‚Danach‘ zu planen. Nach einem intensiven Entwicklungsprozess haben wir nun eine Lösung gefunden, die alle Bedürfnisse berücksichtigt und die unsere Position als zukunftsfähiger Arbeitgeber stärkt.“

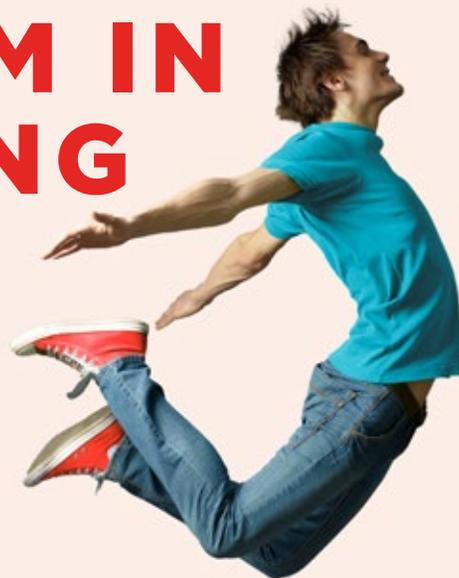
TOBIAS SCHNEIDER
HR SPECIALIST TALENT DEVELOPMENT
BEI DER CREDITPLUS BANK

MOBILES ARBEITEN ODER BÜROPRÄSENZ? BEIDES!

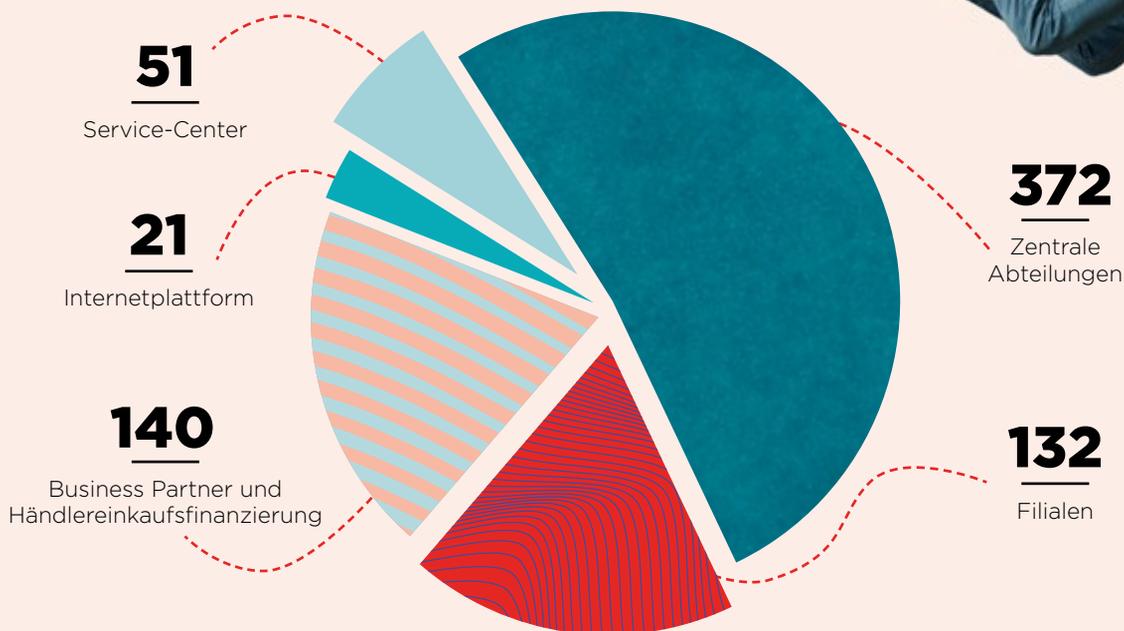
Gesucht: die bestmögliche Balance zwischen maximaler Flexibilität für die Beschäftigten und den Anforderungen des Unternehmens an die Zusammenarbeit vor Ort.

Gefunden: das 60/40-Modell: 60% der individuellen Arbeitszeit können als mobiles Arbeiten geleistet werden, 40% erfolgen in Präsenz. Festgeschrieben ist dies in einer neuen Betriebsvereinbarung – transparent, verbindlich und rechtssicher für alle Seiten.

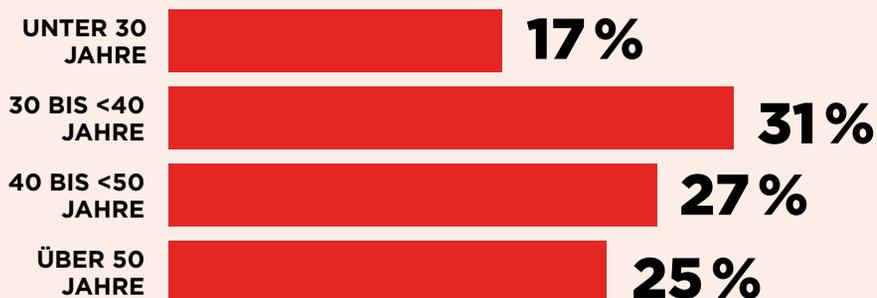
GEMEINSAM IN BEWEGUNG



WER ARBEITET WO?



ALTERSSTRUKTUR



716

MITARBEITER:INNEN

GENDER DIVERSITY -
IM MANAGEMENT
LIEGT DER FRAUEN-
ANTEIL BEI ETWA

34%

SERVICE
VOR ORT:

19 + 1

FILIALEN

ONLINE-FILIALE



15

AUSZUBILDENDE

WEITERBILDUNGSTUNDEN

8.374

FÜHRUNG UND VERANTWORTUNG



BELGIN RUDACK
Chief Executive Officer (CEO)



KARIM EL ABIARY
Chief Information Officer (CIO)



DANIEL ESCHBACH
Chief Commercial Officer (CCO)



JEAN-CHRISTOPHE COQUET
Chief Financial Credit Officer (CFCO)

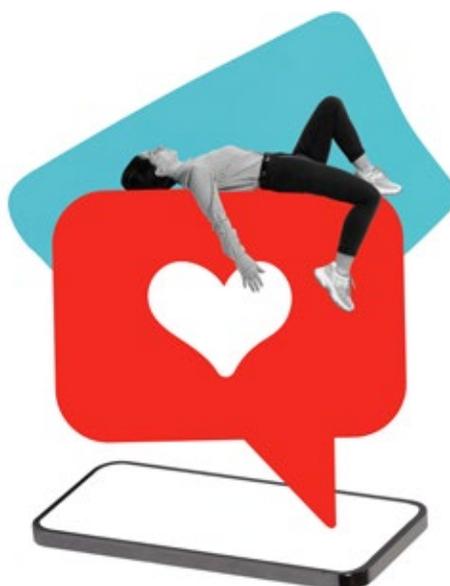
DREI PROJEKTE - EINE STRATEGIE

WER SICHER NAVIGIEREN WILL, BRAUCHT VERLÄSSLICHE KOORDINATEN. UND DAS NICHT NUR IN KRISENZEITEN. WIR VON DER CREDITPLUS BANK HABEN FÜR UNS EINEN WEGWEISER ENTWICKELT, DER UNS ZUKUNFTSFÄHIG AGIEREN LÄSST. WEIL ER DAS VEREINT, WAS UNS BESONDERS AM HERZEN LIEGT.

PROJEKT KUNDE

Wir wollen unseren Kund:innen ein echter Partner sein. Entsprechend hoch haben wir die Messlatte gelegt. Die Wünsche und Erwartungen unserer Kund:innen ganz genau zu kennen und sie überzeugend einfach zu erfüllen – darauf richten wir unser gesamtes Handeln aus. An allen neuralgischen Punkten der Bank arbeiten unsere Kundenbotschafter:innen. Sie kennen sowohl die Bedürfnisse als auch Schmerzpunkte unserer Kund:innen ganz genau – und tragen ihr Wissen in die Organisation. Auf diese Weise begleiten wir unsere Kund:innen besonders aufmerksam auf ihrer Customer Journey und werden immer besser. Besser bedeutet heute vor allem schneller. Und einfacher. Dafür digitalisieren wir konsequent unsere Prozesse – von der Kreditvergabe bis zur Adressänderung. Lästiger Papierkram wandert über Bord und Warteschleifen gehören der Vergangenheit an. So wollen wir unsere Kund:innen auf ihrem Weg zu verantwortungsbewusstem und nachhaltigem Konsum nach Kräften unterstützen.

- _ IMMER EINFACHER: OB BOT ODER PORTAL – WIR DIGITALISIEREN UNSERE PROZESSE.
- _ IMMER SCHNELLER: DAMIT DIE SACHE IN NULL KOMMA NIX ERLEDIGT IST.
- _ UNSER ZIEL: HÖCHSTE KUND:INNEN-ZUFRIEDENHEIT.



PROJEKT

MENSCH

Für eine erfolgreiche Kund:innenbeziehung braucht es kreative Köpfe. Wir wollen ein Arbeitsklima schaffen, in dem Innovation und Engagement entstehen können. Unsere Zusammenarbeit fußt auf Vertrauen und Eigenverantwortung. Flache Hierarchien und eine konsequente Befähigung sorgen dafür, dass unsere Mitarbeitenden auf kurzem Weg und im Sinne unserer Kund:innen eigenständig Entscheidungen treffen. Projektbezogen formieren sich crossfunktionale Teams und lösen Kund:innenprobleme gemeinsam und viel schneller. Das macht nicht nur unsere Kund:innen glücklich, sondern auch unsere Mitarbeitenden. Denn Menschen wollen erfüllt und sinngetrieben arbeiten. Und wir eben auch.



- WIR BEFÄHIGEN UNSERE MITARBEITENDEN UND ÜBERTRAGEN KONSEQUENT VERANTWORTUNG.
- WIR REISSEN BARRIEREN EIN UND FÖRDERN EINE CROSSFUNKTIONALE ZUSAMMENARBEIT.
- UNSER ZIEL: BESTE ARBEITSBEDINGUNGEN.

PROJEKT

GESELLSCHAFT

Wir verstehen uns nicht nur als Bank, sondern sind Mitglied einer Gemeinschaft. Als solches wollen wir aktiv einen Beitrag leisten für Fortschritt und Weiterentwicklung unserer Gesellschaft. Für uns als Konsumentenkreditbank heißt das vor allem, durch unser Geschäftsmodell und die Auswahl unserer Partner umweltschonende Verbesserungen und die Entwicklung neuer Mobilitätslösungen zu unterstützen. Wir engagieren uns für einen einfachen Zugang zu Krediten und legen dabei ein besonderes Augenmerk auf den Schutz gefährdeter Bevölkerungsgruppen. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden unterstützen wir wohlthätige Initiativen – für ein gutes und gesundes Miteinander.



- WIR SIND EINE INKLUSIVE BANK. WIR LASSEN NIEMANDEN AUSSEN VOR.
- KLIMASCHUTZ IST UNS WICHTIG – WIR UNTERSTÜTZEN DIE ENERGIEWENDE.
- UNSER ZIEL: EIN GUTES UND GESUNDES MITEINANDER.

DIE UNTERNEHMEN DER CA CF-GRUPPE

**DIE CREDITPLUS BANK IST EINE 100-PROZENTIGE TOCHTER
DES KONSUMFINANZIERUNGSSPEZIALISTEN CA CONSUMER
FINANCE UND GEHÖRT SOMIT ZUR FRANZÖSISCHEN BANKEN-
GRUPPE CRÉDIT AGRICOLE.**



CRÉDIT AGRICOLE GRUPPE

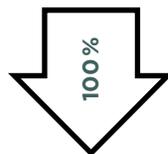
Die Crédit Agricole Gruppe ist der wichtigste Finanzpartner der französischen Wirtschaft und eine der größten Banken in Europa. Crédit Agricole belegt in Europa Spitzenpositionen im Retailbanking, Asset Management und im Bereich Versicherungen. Sie ist die europäische Nummer 3 in der Projektfinanzierung. Dank ihres starken genossenschaftlichen Fundaments, der 141.000 Mitarbeiter:innen und 30.000 Verwaltungsräte der Lokal- und Regionalbanken ist die Crédit Agricole Gruppe eine verantwortungsvolle, engagierte und leistungsstarke Bank, die 51 Millionen Kund:innen und 10,1 Millionen genossenschaftliche Mitglieder betreut.

WWW.CREDIT-AGRICOLE.COM

CA CONSUMER FINANCE S.A. (CA CF)

Die Muttergesellschaft der Creditplus Bank ist einer der größten internationalen Anbieter für Konsumentenkredite und in 19 Ländern vertreten. Als einer der Hauptakteure in Europa bietet CA CF eine umfangreiche Auswahl an Finanzierungs- und Versicherungslösungen an und deckt sämtliche Bereiche der Konsumfinanzierung ab. Um ihre Selbstfinanzierungsziele zu erreichen, bietet CA CF in Deutschland seit Januar 2014 unter eigener Marke erfolgreich Festgelder zu unterschiedlichen Laufzeiten an.

WWW.CA-CONSUMERFINANCE.COM





19

CA CONSUMER FINANCE GEHÖRT ZU DEN GRÖSSTEN INTERNATIONALEN ANBIETERN FÜR KONSUMENTEN-KREDITE UND IST IN 19 LÄNDERN WELTWEIT PRÄSENT.

WESENTLICHE ERGEBNISSE

IM ZWEITEN JAHR DER COVID-19-PANDEMIE KONNTE DIE CREDITPLUS BANK UNTER SEHR SCHWIERIGEN MARKTBEDINGUNGEN NICHT DAS ERHOFFTE ERGEBNIS ERZIELEN. DER JAHRESÜBERSCHUSS LAG BEI 12,3 MIO. EURO UND DAMIT 18,5 % UNTER DEM VORJAHR. HIGHLIGHTS GAB ES ABER AUCH IM GESCHÄFTSJAHR 2021: DAS NEUGESCHÄFTSVOLUMEN, DAS DIREKTGESCHÄFT UND VOR ALLEM DAS LEASINGGESCHÄFT VERZEICHNETEN POSITIVE ERGEBNISSE.



Nach Veröffentlichung
im Bundesanzeiger
nachzulesen:
www.bundesanzeiger.de

2,3%

WACHSTUM DES NEUGESCHÄFTS MIT KONSUMENTENKREDITEN

Das gesamte Neugeschäftsvolumen mit Konsumentenkrediten stieg 2021 auf 2.190 Mio. Euro.

BILANZSUMME STEIGT UM

31,6%

Die Bilanzsumme der Creditplus Bank wuchs von 5,0 Mrd. Euro auf 6,6 Mrd. Euro im Jahr 2021.

ZINS- UND PROVISIONS- ÜBERSCHUSS UM

1,2%

GEWACHSEN

Der Zins- und Provisionsüberschuss erhöhte sich 2021 um 2,1 Mio. Euro auf 175,7 Mio. Euro.

**BUSINESS PARTNER (INKL.
LEASING) VERZEICHNET**

3,7%

WACHSTUM

2021 stieg das Neugeschäftsvolumen im Geschäftsbereich Business Partner (inkl. Leasing) auf 1.248 Mio. Euro.

**FILIALGESCHÄFT
VERZEICHNET**

0,6%

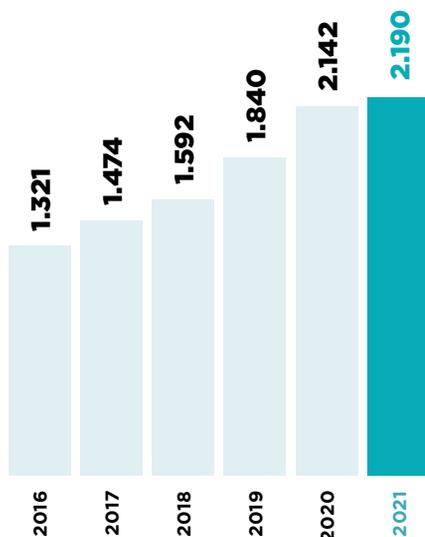
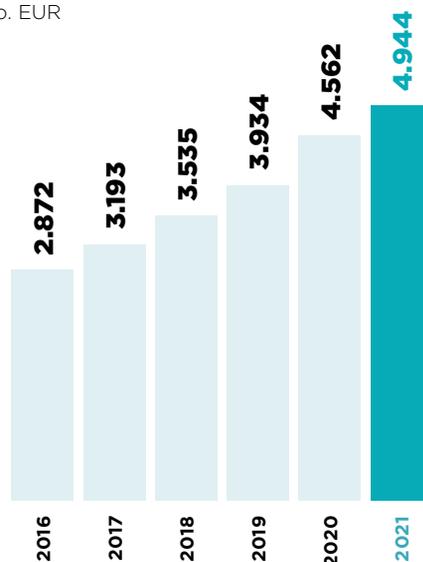
WACHSTUM

2021 stieg das Neugeschäftsvolumen im Geschäftsbereich Filialen auf 541 Mio. Euro.

**JAHRESÜBERSCHUSS
BETRÄGT**

12,3

MIO. EURO

NEUGESCHÄFT MIT KONSUMENTENKREDITEN
in Mio. EUR

KUNDENFORDERUNGEN (BRUTTO)
in Mio. EUR


KENNZAHLEN

DER CREDITPLUS BANK



	2021 TEUR	2020 TEUR	2019 TEUR	2018 TEUR	2017 TEUR
Neuzugang					
Business Partner*	1.248.069	1.204.074	966.566	740.624	635.072
Filialgeschäft	541.429	538.139	566.659	470.140	478.781
E-Finance	400.669	399.306	306.346	381.044	359.779
Händlereinkaufsfinanzierung	977.477	969.736	1.028.470	933.939	913.830
Neuzugang gesamt	3.167.644	3.111.255	2.868.041	2.525.747	2.387.462
Privatkund:innen**	531.777	529.387	475.402	430.042	403.582
Bilanz nach HGB					
Bilanzsumme	6.620.432	5.041.408	5.547.850	5.235.043	4.889.564
Eigenkapital gem. §10 KWG	368.593	321.310	301.774	299.201	249.682
Forderungen an Kunden	4.717.406	4.427.027	3.852.689	3.464.484	3.119.312
GuV nach HGB					
Andere Verwaltungsaufwendungen	56.511	53.392	48.275	50.157	33.205
Aufwand für Risikovorsorge	49.666	53.453	36.847	25.250	28.609
Ergebnis	12.346	15.141	21.798	21.232	23.429
Zinsüberschuss	196.646	169.464	124.097	81.565	63.146
Provisionsüberschuss	-20.975	4.129	38.559	69.593	75.621
Personalaufwand	49.969	48.398	42.075	39.618	38.775
Mitarbeitende im Geschäftsjahr (Anzahl im Durchschnitt)	675	694	609	579	592

* Business Partner ab 2020 inkl. Leasing.

** Anzahl Konten mit Soll-Saldo.

RÜCKBLICK

AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

WAS UNSERE ZAHLEN SAGEN

2021 – auch das zweite Jahr im Zeichen von Covid-19 stellte die gesamte Wirtschaft vor enorme Herausforderungen. Die Chancen auf gute Geschäftszahlen schwanden mit jedem Monat, den die Pandemie mit all ihren Begleiterscheinungen ihren Lauf nahm. Und so muss die Creditplus für 2021 einen Rückgang des Jahresüberschusses verzeichnen: Die erwirtschafteten 12,3 Mio. Euro liegen 18,5% unter dem Vorjahr und deutlich unter der Prognose für 2021 von 24 bis 27 Mio. Euro. Ursächlich hierfür waren im Wesentlichen höhere Akquisitionskosten in den Geschäftsfeldern Direktgeschäft und Business Partner, rückläufige Versicherungserträge, insbesondere im Filialgeschäft, sowie Sonderabschreibungen aufgrund der – auch coronabedingten – Erhöhung der Risikokosten.

Positive Entwicklung in vielen Bereichen

Doch schon im vergangenen Jahr haben wir gezeigt, dass wir selbst schwierigsten Umständen trotzen. Auch 2021 ist uns in diversen Bereichen eine erfreuliche Aufwärtsentwicklung gelungen. So nahm das Neugeschäftsvolumen leicht zu, ebenso wie das Direktgeschäft. Den mit Abstand größten Erfolg erzielte das Leasinggeschäft: Das Neugeschäftsvolumen konnte hier um 185,0% ausgebaut werden. Nach oben ging auch die Anzahl der Creditplus Filialen: Bundesweit sind wir nun an 20 Standorten persönlich für unsere Kund:innen da.

WIE UNSERE GESCHÄFTE LIEFEN

Ein Blick auf die Performance der einzelnen Geschäftsfelder zeigt, dass unser Team auch unter erschwerten Rahmenbedingungen

Hervorragendes geleistet hat. Corona hat in vielen Bereichen die Geschäfte stark beeinflusst und in Online-Kanäle gelenkt – hier zahlte sich erneut aus, dass die Creditplus Bank so früh die Weichen auf digitale Prozesse gestellt hat.

Leichtes Wachstum im Direktgeschäft

Im Direktgeschäft ging das Neugeschäftsvolumen um 0,5% gegenüber dem Vorjahr nach oben. Der E-Finance-Bereich verbuchte ebenfalls ein leichtes Plus. Auch wenn das Wachstum nicht mehr ganz so hoch ausfiel wie 2020, profitierten wir davon, dass wir uns als einer der ersten Anbieter:innen auf dieses Geschäftsfeld spezialisiert und eine medienbruchfreie, zu 100% digitale „Customer Journey“ etabliert haben.

Starke Performance im Filialgeschäft

Das Neugeschäft in den Filialen verzeichnete 2021 zwar einen Zuwachs von 0,6%, dennoch war das Filialgeschäft erneut durch coronabedingte Einschränkungen geprägt. Umso mehr zahlte sich unsere Entscheidung aus, 2020 eine Online-Filiale in Betrieb zu nehmen. Hier konnte das Wachstum im Geschäftsjahr um 91,4% gesteigert werden.

Licht und Schatten im Geschäftsfeld Business Partner

Insgesamt ging das Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Business Partner geringfügig um 0,4% gegenüber 2020 zurück. Die einzelnen Bereiche blicken dabei sehr unterschiedlich auf 2021.

- Einen positiven Verlauf nahm das Geschäftsjahr im Segment Automotive: Trotz des erneuten Rückgangs der Neuzulassungen von Pkw in Deutschland konnte das Automotive-Team das Neugeschäftsvolumen um 3,5% steigern.

- Im Bereich Household Equipment gab es hingegen einen Rückgang im Neugeschäft um 12,4%. Angesichts der starken Zuwächse im Jahr 2020, als die Nachfrage nach Gütern für den häuslichen Gebrauch im Zuge der Covid-19-Pandemie sprunghaft angestiegen war, ist hier jedoch eher eine Normalisierung eingeleitet.
- Lieferengpässe bei elektronischen Produkten schränkten das Geschäft im Segment E-Commerce ein, wodurch es zu einer Abnahme des Finanzierungsvolumens um 31,0% kam.

Portfolio-Übernahme sorgt für Rückgang im Partnerbanking

Der Rückgang von 7,5% gegenüber 2020 war maßgeblich durch den Abschluss einer Partnerschaft mit der französischen Versicherungsgruppe AXA und die damit einhergehende Übernahme eines Portfolios im Vorjahr bedingt. Bereinigt um diesen Effekt stieg das Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Partnerbanking 2021 um 30,1%.

Leasinggeschäft mehr als verdoppelt

Überaus positiv verliefen die Geschäfte in unserem noch jungen Leasingsegment, das im Wesentlichen das Leasing von Zweirädern und Pkw anbietet: Nach dem bereits erfolgreichen Start im Jahr 2020 wurde 2021 ein Neugeschäftsvolumen von 87,9 Mio. Euro erreicht – das bedeutet eine Steigerung um 185,0%.

WELCHE THEMEN IM FOKUS STANDEN

Neue Business- und IT-Strategie (B&IT)

Wer wie die Creditplus Bank das Thema Digitalisierung in den Fokus rückt, braucht eine zukunftsfähige IT-Architektur. Daher lag ein Schwerpunkt im Geschäftsjahr 2021 auf der Entwicklung einer neuen und mit der Geschäftsstrategie verzahnten Business- und IT-Strategie. Sie verfolgt insbesondere das Ziel, Services und

Abläufe im Sinne der Best Customer Experience zu verbessern – beispielsweise durch optimierte Antragsstrecken oder Kundenportal-Services. Aber auch organisatorische Veränderungen stehen auf der To-do-Liste, um die Transformation der IT in Richtung einer agilen Organisation weiter voranzutreiben.

Durch Digitalisierung die Effizienz steigern

Im Einklang mit der neuen B&IT-Strategie wurden 2021 vor allem Initiativen rund um die Digitalisierung von Backoffice-Prozessen verfolgt. Das Ziel der Maßnahmen ist im Wesentlichen die Verringerung des administrativen Arbeitsaufwands, um so den Creditplus-Mitarbeiter:innen mehr Zeit für die Betreuung der Kund:innen im Direktkontakt zu geben. Folgende Projekte sind dabei hervorzuheben:

- Partnerbanking: Eine vollständig digitale Antragsstrecke soll Partnerbanken ermöglichen, einen Kreditantrag in weniger als zwei Minuten bei der Creditplus Bank einzureichen.
- Eine solche Antragsstrecke wurde 2021 bereits in den eigenen Vertriebskanälen eingeführt. Damit können wir unseren Kund:innen noch schneller und unkomplizierter Kredite bewilligen und auszahlen und so die Customer Journey weiter verbessern. Wichtig für die Umsetzung der digitalen Antragsstrecke ist vor allem die neue Lösung zur qualifizierten digitalen Signatur.
- Die durchschnittliche Zeitdauer zwischen Antragseinreichung und Auszahlung konnte über alle Vertriebswege erheblich reduziert werden.
- Ein weiterer Meilenstein war die Entwicklung einer verbesserten Lösung für das digitale Onboarding und die Identifizierung von Kund:innen über alle Vertriebskanäle hinweg. Dadurch stieg der Anteil der digitalen Anträge, die über unsere Homepage eingereicht werden, deutlich.

Regulatorik, Datenschutz und IT-Sicherheit

Wie auch in den Vorjahren entfielen rund 30% des Investitionsvolumens der Bank auf Projekte im Zusammenhang mit regulatorischen Anforderungen rund um die Informationssicherheit. Neben den laufenden Verbesserungen der Systeme wurden 2021 weitere Investitionen in die IT-Sicherheit vorgenommen. Dazu zählt unter anderem die Einführung eines neuen Identity- und Access-Management-Systems. Weitere Projekte betrafen die Nutzung europäischer IBANs, den Abschluss der Anbindung an das Transparenzregister und die Anbindung neuer Screening-Dienste. Der komplette Umbau des Data Warehouses der Bank steht kurz vor dem Abschluss. Mit der neuen Datenarchitektur können Daten künftig besser genutzt werden.

WAS FÜR UNSERE MITARBEITENDEN WICHTIG WAR

Die Corona-Pandemie stellte an die Belegschaft erneut besondere Herausforderungen. Wie schon 2020 wurden diese sowohl in den Filialen als auch an den weiteren Standorten der Creditplus Bank engagiert und mit großer Flexibilität gemeistert. Der Ausbau agiler Arbeitsmethoden und Werkzeuge sowie hybrider Arbeitsmodelle steht bei uns allerdings weniger im Kontext der Pandemie, sondern ist ein fester Bestandteil unserer Strategie und wurde auch 2021 weiter vorangetrieben.

Aus- und Weiterbildung auf hohem Niveau

Hohen Stellenwert hat das vielfältige Angebot an internen und externen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, für das wir 2021 einen mittleren sechsstelligen Betrag aufgewendet haben. Zahlreiche Führungskräfte der Bank haben das Online-Coaching im Rahmen des Führungskräfteprogramms „Winning Culture“ (WICU) durchlaufen. Neben einer breiten Palette an

Fach- und Persönlichkeitsentwicklungs-Seminaren stellen wir unseren Mitarbeiter:innen zahlreiche Angebote zur Work-Life-Balance zur Verfügung. Diese reichen von Gesundheitskursen über Kinderbetreuungsangebote bis hin zu Vorsorgeuntersuchungen, flexiblen Arbeitszeitmodellen und mobilem Arbeiten. Diese „Creditpluspunkte“ tragen dazu bei, die Attraktivität der Bank als Arbeitgeber zu steigern und sie zu einem „Best Place to Work“ zu entwickeln.

Zahlen und Fakten

- Zum Ende 2021 waren 716 Mitarbeiter:innen bei der Creditplus Bank beschäftigt.
- Fünf davon waren Auszubildende.
- Die Frauenanteile betragen: 16,7% im Aufsichtsrat, 25% im Vorstand, 34,3% in den Führungsebenen darunter.

IN WELCHEM UMFELD WIR UNS BEWEGEN

2021 war die Covid-19-Pandemie erneut der bestimmende Einflussfaktor für die Wirtschaft. Zwar stieg das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 2,9%, der Einbruch des Vorjahres konnte jedoch nicht vollständig aufgeholt werden. Die wirtschaftliche Erholung wurde vor allem durch die vierte Corona-Welle zum Jahresende gestoppt. Zusätzlich belasteten Liefer- und Materialengpässe und die stark steigende Inflationsrate die Wirtschaftsleistung. Der private Konsum – ein Schlüsselfaktor unserer Geschäftstätigkeit – wurde 2021 insbesondere durch den Lockdown zu Beginn des Jahres gedämpft, sodass die privaten Konsumausgaben lediglich um 0,1% anstiegen.

WIE SICH DER MARKT ENTWICKELT HAT

Die Bankenbranche in Deutschland bewegte sich 2021 erneut in einem von schnellen Veränderungen gekennzeichneten Markt- und

Wettbewerbsumfeld. Diese betreffen in besonderem Maße das Kundenverhalten in Bezug auf Finanzdienstleistungen. So verschieben sich die Interaktionen der Kund:innen mit ihrer Bank zunehmend auf digitale Kanäle. Der Einsatz neuer Technologien und Digitalisierungsinitiativen über die gesamten Wertschöpfungsketten dürften für Banken daher auch in Zukunft eine hohe Priorität haben.

- Der gesamte Bestand an Konsumentenkrediten in Deutschland lag Ende 2021 um 0,8% unter dem des Vorjahres. Hierbei handelt es sich um die Folge des schwächeren Neugeschäfts der Branche seit Beginn der Corona-Pandemie. Der Bestand an Ratenkrediten, die den größten Teil der Konsumentenkredite ausmachen, sank ebenfalls um 0,8%.
- Die Regional- und sonstigen Kreditbanken, zu denen auch die Creditplus Bank zählt, erreichten einen Marktanteil von 47,9% (+0,2 Prozentpunkte gegenüber 2020). Damit nahm fast die Hälfte der Konsument:innen in Deutschland Ratenkredite nicht bei der klassischen Hausbank auf.

WIE WIR NACH VORN BLICKEN

Der Ausblick auf das kommende Jahr ist von sehr unterschiedlichen Einflussfaktoren geprägt. Während auf der einen Seite die Auftragsbücher der Industrie voll sind und sich der private Konsum weiter normalisieren sollte, ist auf der anderen Seite mit dem Krieg in der Ukraine ein Ereignis voller Unwägbarkeiten – auch für die Konjunktur – eingetreten. Weiterhin bestehen Lieferengpässe und eine sich weiter verschärfende Inflation. Die Prognose für das Bruttoinlandsprodukt des Ifo-Instituts liegt bei einem Wachstum von 2,5% gegenüber dem Vorjahr.

Mit Blick auf unsere Geschäftstätigkeit setzen wir unseren Wachstumskurs fort und sehen weiterhin unsere Chancen in Fokussierung, Kreditkompetenz und Kundenorientierung.

- Durch unsere Spezialisierung auf Konsumentenkredite bzw. konsumentenkreditnahe Produkte und Services sind wir punktgenau auf die Bedarfe unserer Kundengruppen ausgerichtet. Das stellt einen erheblichen Wettbewerbsvorteil dar und sichert uns Marktanteile.
- Durch Mengenbündelung erzielen wir Skaleneffekte, die wir für konkurrenzfähige Angebote und zur Steigerung unseres Ertrags nutzen.
- Unser vernetztes und hybrides Omnikanalvertriebssystem verbindet die Vertriebskanäle Filiale, Online/E-Finance, Business Partner, Händlereinkaufsfinanzierung und Partnerbanking optimal miteinander. Dies sichert uns nicht nur effiziente Prozesse an sämtlichen Touchpoints, sondern macht uns unabhängiger von Entwicklungen einzelner Segmente.
- Mit der vollständigen Digitalisierung unseres Hauses sind wir ideal aufgestellt, um durch intelligente Onlineprozesse zusätzliche Wertschöpfung zu generieren.
- Unser großes stabiles Netzwerk setzt wichtige Impulse für eine Erweiterung unserer Produktpalette und den Ausbau der Vertriebskapazität – und macht uns gleichzeitig unabhängig von einzelnen Partnern und Branchen. Wertvolle Allianzen pflegen wir insbesondere im Bereich Business Partner, Onlinekredite und Partnerbanking.
- Wir profitieren von der Einbindung der Creditplus Bank in die internationale Konsumfinanzierungsgruppe CA CF. Dabei zählt nicht nur der gruppenweite Know-how-Transfer, sondern unsere Partner haben so die Möglichkeit, Konsumfinanzierung im gesamteuropäischen Raum zu gestalten.

KONTAKT

ZENTRALE

Creditplus Bank AG
Augustenstraße 7
70178 Stuttgart
Telefon: +49 711 66 06 - 60
Telefax: +49 711 66 06 - 874
www.creditplus.de
E-Mail: info@creditplus.de

BUSINESS PARTNER

Creditplus Bank AG
Strahlenbergerstraße 110 - 112
63067 Offenbach
Telefon: +49 711 34 23 93 905
www.creditplus.de
E-Mail: ankauf@creditplus.de

UNSER DANK

Wir danken unseren Kolleg:innen sowie unseren Partnern für die tatkräftige Unterstützung bei der Erstellung dieses Unternehmensberichts.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Creditplus Bank AG
Daniel Knellesen
Leiter Corporate Communications & Sustainability
Augustenstraße 7
70178 Stuttgart
E-Mail: presse@creditplus.de

REDAKTION

Creditplus Bank AG
Julia Negwer
Corporate Communications Managerin

KONZEPT UND GESTALTUNG

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

BILDER

Fabian Hensel (S. 3, 7, 12, 20/21, 32/33),
ViveLaCar (S.12/13), Koch Gruppe Automobile AG (S.15)
Getty Images: Alma Haser (Cover), We Are (S. 6, 8, 18/19), Klaus Vedfelt (S.10, 13), Suriyapong Thongsawang (S.16/17), Maskot (S. 23)
istock: Patricie Malkova (Cover, S.3, 12-15, 25-27, 32/33), realstockvector (S. 6), 3alexnd (S. 6), xavierarnau (S. 9), YakobchukOlena (S.11), golero (S.11), mozcann (S.13), sam_ding (S.13), Anchiy (S.14), gremlin (S.14), wakila (S.20), Daria Dombrovskaya (S.20), Amguy (S.20), Daria Kashurina (S.20), cinoby (S.20), PPAMPicture (S.21), Veronika Zimina (S.21), karandaev (S.22), VikiVector (S.22), -VICTOR- (S.22), Deagreez (S.25), Nastco (S.25), 2K Studio (S.25), mgkaya (S.25), MichaelJay (S.28), Dusan Stankovic (S.28), beastfromeast (S.29), shironosov (S.30), master1305 (S.31, 38-40), Sasha_Ka (S.32/33), Anton Vierietin (S.34/35), mattjeacock (S.37), 4x6 (S.37)

DRUCKEREI

Beisner Druck, Buchholz in der Nordheide





Creditplus Bank AG
Augustenstraße 7
70178 Stuttgart

www.creditplus.de