

b m -Blickpunkte

Überschuldung

Private Haushalte weiter gefährdet

Trotz Konjunkturaufschwung und sinkender Arbeitslosenzahlen – die Analysten bei Creditreform geben keine Entwarnung zum Thema Verbraucherinsolvenzen. Lediglich eine leichte Verlangsamung des Anstiegs deutet sich an, die Trendwende sei jedoch nicht in Sicht: Für 2008 geht Creditreform von 153 000 bis 160 000 Anträgen auf Verbraucherinsolvenz aus. Die Zahl der Anträge auf ein Insolvenzverfahren erreichte mit 109 300 Fällen im vergangenen Jahr einen Höchstwert seit Einführung der Privatinsolvenz 1999.

Der berechnete Grund für den Pessimismus: 7,3 Millionen Personen waren in Deutschland am 1. Oktober 2007 überschuldet. Das entspricht einer Schuldnerquote von 10,8 Prozent – zwei Jahre zuvor war diese noch mit rund neun Prozent angegeben worden. Dazu kommt, dass die Möglichkeit der Privatinsolvenz immer mehr Menschen bekannt wird. In den vergangenen Jahren hat sich zudem das sogenannte Null-Plan-Verfahren etabliert,

das es dem Schuldner erlaubt, in seinem Antrag keinerlei Ausgleich für die Gläubiger – durchschnittlich hat er deren zwölf – vorzusehen. Und das macht die Sache für den Schuldner relativ unkompliziert.

Die Richtung der Entwicklung ist klar: Dem Verbraucher wird der Weg aus der Überschuldung vom Gesetzgeber vereinfacht. Auf der anderen Seite werden Kredite mit immer höherem Druck vertrieben. Das Ausfallrisiko in einem als sicher geltenden Markt steigt dadurch beträchtlich an. Und auch wenn amerikanische Verhältnisse – unter anderem Dank der Scheu vieler Deutscher vor übertriebener Kreditaufnahme – noch ein ganzes Stück entfernt sind: Vorsicht ist geboten. **Red.**

Verbundpolitik

Den Ball nicht zurückgespielt

Gegen Jahresende 2007 sah es kurz so aus, als komme ein wenig Bewegung in die Diskussion zur Gemengelage der Sparkassen in und um Frankfurt am Main. Ende November hat Hans-Dieter Homberg,

Vorstandsvorsitzender der Taunus-Sparkasse, Bad Homburg, vor der Presse eine – nur teilweise neue – Idee in die Runde geworfen, wie die Überschneidungen der Geschäftsgebiete von Taunus-Sparkasse und Frankfurter Sparkasse (Fraspa) aufzulösen seien: Er könne sich vorstellen, acht Filialen der Fraspa, die im Geschäftsgebiet seines Instituts liegen, zu übernehmen und dafür im Gegenzug der Helaba-Tochter eine Beteiligung an seinem Haus einzuräumen. In der Option, ebenfalls Tochter der Hessischen Landesbank zu werden, sieht er hingegen für seine Sparkasse keinerlei Vorteile.

Mitte Dezember hatte dann Herbert Hans Grüntker, Vorstandsvorsitzender der Frankfurter Sparkasse, Gelegenheit, den Ball genauso öffentlich zurückzuspielen, wie er von Homberg angestoßen worden war. Er ließ sie aber demonstrativ ungenutzt. Lediglich zu dem – offensichtlich wohlüberlegten – Satz ließ er sich hinreißen, dass der Vorschlag Hombergs „die Bandbreite möglicher Optionen zur Regelung der Gemengelage erweitert“. Dann verwies er darauf, dass er auf eine Entscheidung der Träger warte. Ihnen obliege es, Gespräche zu initiieren.

Grüntkers Mangel an Begeisterung über den Vorschlag muss nicht verwundern. Nicht nur, dass er über die Medien von Hombergs Vorstoß erfahren haben dürfte. Auch die Vorstellung, acht seiner insgesamt 69 Standorte abzugeben, macht ihn wohl nicht glücklich. Insgesamt liegen 15 Standorte der Fraspa außerhalb der Stadt. Ihr Geschäftsgebiet überschneidet sich dort nicht nur mit den Bad Homburgern, sondern auch mit dem der Nassauischen Sparkasse.

Sollte man sich in der S-Finanzgruppe darauf einigen, dass die Helaba-Tochter Fraspa nur noch auf dem Gebiet Frank-



*) von Creditreform geschätzt, Quelle: Creditreform

furts tätig sein soll, so müsste das deutliche Einschnitte in ihrem Filialnetz und in den Volumina hinterlassen. Auf diesen Umstand zielte dann wohl auch Grüntkers Bemerkung ab, aus einer Auflösung der Gemengelage solle jedes (!) Institut der Region gestärkt hervorgehen. Und das heißt wohl, dass sich in den kommenden Wochen und Monaten erst einmal wieder wenig bis gar nichts bewegen wird.

Derweilen haben aber beide Sparkassen vorläufige Zahlen für 2007 vorgelegt. Im Gegensatz zur Taunus-Sparkasse sind die Frankfurter – allerdings ausgehend von einem niedrigeren Ertragsniveau – aus dem gerade abgelaufenen Jahr gestärkt hervorgegangen. Nach vorläufigen Zahlen wuchs ihre Bilanzsumme um 13,1 Prozent von 15,4 Milliarden Euro auf 17,4 Milliarden Euro.

Das ist nicht zuletzt ihrer Direktbanktochter 1822 direkt zu verdanken, deren Einlagen sich um rund 1,4 Milliarden Euro auf 5,6 Milliarden Euro erhöhten. Den Zinsüberschuss steigerte die Bank um 3,3 Prozent auf 240,0 Millionen Euro, den Provisionsüberschuss um 7,3 Prozent auf 88,1 Millionen Euro. Das Betriebsergebnis vor Bewertung beträgt 74,8 Millionen Euro, nach 72,0 Millionen Euro im Vorjahr. Für eine Großsparkasse sei das freilich immer noch zu wenig, lautete der Kommentar des Vorstandsvorsitzenden Grüntker.

Bei den Bad Homburgern hingegen sind eher rückläufige Tendenzen zu beobachten, auch wenn sie gemessen an der Bilanzsumme ein deutlich besseres Ergebnis eingefahren haben: Die Bilanzsumme belief sich im Oktober 2007 auf 3,5 Milliarden Euro. Der Zinsüberschuss der Taunus-Sparkasse wird sich für 2007 um 7,2 Prozent auf 69,7 Millionen Euro reduzieren, der Provisionsüberschuss um 8,4 Prozent auf 27,0 Millionen Euro erhöhen. Das Betriebsergebnis vor Bewertung beträgt 2007 etwa 22,7 Millionen Euro, nach 27,3 Millionen Euro im Vorjahr. **bs**

Deutsche Leasing

Viel Potenzial im Ausland

Es ist nicht unbedingt als Drohung zu verstehen, wenn der Vorstandsvorsitzende der Deutsche Leasing, Hans-Michael Heitmüller, von einer gewissen Flexibilität dank des erfolgreichen Auslandsgeschäftes spricht. Aber sollten sich Rahmenbedingungen und Rechtsrahmen für das Leasinggeschäft in Deutschland, wie von der Branche befürchtet, weiter verschlechtern, kann sein Institut im Ausland noch brachliegende Potenziale nutzen und ist nicht auf den Inlandsmarkt alleine angewiesen. Denn jenseits der Grenzen fährt die Deutsche Leasing aus Rücksicht auf die deutsche Sparkassenorganisation samt all ihrer Befindlichkeiten noch mit gebremstem Schaum.

■ Das Auslandsgeschäft mit seinen 25 Standorten in 16 Ländern hat im abgelauenen Geschäftsjahr erstmals mehr als eine Milliarde Euro an Neugeschäft beigetragen, eine Steigerung um 30 Prozent.

■ Das entspricht einem moderaten Anteil von 17 Prozent am Neugeschäft der Deutschen Leasing, rechnet man die erworbene und eingegliederte DAL noch hinzu sinkt der Beitrag gar auf knappe 14 Prozent.

■ Welche Möglichkeiten in manchen Auslandsmärkten stecken, zeigen die Erfahrungen in den USA. Hier erzielte die Deutsche Leasing allein im ersten Monat ihrer frisch aufgenommenen Geschäftstätigkeit jenseits des Atlantiks ein Neugeschäftsvolumen von 60 Millionen Euro.

Doch auch im Inland sieht die DL noch Chancen, und zwar gemeinsam mit den Sparkassen. Dafür wurde eigens eine neue Leasing-Vertriebsstrategie auf den Weg gebracht. Künftig sollen die Sparkassen- und DL-Kunden gemeinsam bearbeitet werden, mit dem Ziel, das Cross-Selling zu verbessern. Man müsse sich um die 95 Prozent der Kunden intensiver kümmern, bei denen gemeinsam mehr zu erreichen

sei, und nicht über die fünf Prozent diskutieren, bei denen man sich in die Quere komme, so Heitmüller. Die DL werde auch die Nicht-Sparkassenkunden verstärkt umwerben und so den Sparkassen auch neue Kunden zuführen können.

Dabei soll die Vereinheitlichung der Firmierung beitragen – wo Deutsche Leasing drin ist soll auch überall Deutsche Leasing draufstehen. Es wurden klarere Verantwortlichkeiten ohne die bekannte Matrixstruktur geschaffen, um einen Abbau von Ressortegoismen zu beschleunigen und so eine stärkere Kundenorientierung und mehr Führungsverantwortung zu ermöglichen. Es klingt alles so einfach, dass man sich fragen muss, warum dies nicht schon längst gang und gäbe ist. Aber der anhaltende Margendruck zwingt halt doch mancherorts bei den Primärbanken zum Umdenken und zur Bereitschaft zur Öffnung.

Insgesamt war 2007 ein gutes Jahr für die Deutsche Leasing. Das Neugeschäft wuchs um 21 Prozent auf 6,2 Milliarden Euro. Davon wurden 2,7 Milliarden Euro oder 35 Prozent über die Sparkassen generiert. Einschließlich der DAL erhöhte sich das erzielte Neugeschäft auf 7,8 Milliarden Euro. Dieser Erfolg der DL-Gruppe setzt sich wohl auch im laufenden Jahr fort: Die beiden ersten Monate liegen schon wieder deutlich über den Vorjahreszahlen. **P.O.**

Firmenkundengeschäft

Kalkulierbarkeit ist erstes Motiv für Leasing

Die deutsche Leasingbranche hat schon seit Jahren starke Wachstumsraten zu vermelden. Auch 2007 dürfte das Neugeschäftsvolumen im Mobiliens- und Immobilienleasing – nach Planangaben – um 9,5 Prozent auf 57,4 Milliarden Euro gewachsen sein. Und während die gesamtwirtschaftlichen Ausrüstungsinvestitionen nach Schätzungen verschiedener Wirtschaftsforschungsinstitute um 9,0 Prozent auf 318,4 Milliarden Euro zulegen, hat

Gründe für die Leasingnutzung

Top Five 1994/2002	Top Five 2007
1 Leasing schont die Liquidität	1 Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar
2 Kosten sind gleichmäßig/genau kalkulierbar	2 Betriebsausstattung bleibt auf dem neuesten Stand
3 Investition trotz geringem Investitionsbudget möglich	3 Leasing schont die Liquidität
4 Bankkreditlinie bleibt erhalten	4 Ein Leasingvertrag ermöglicht Flexibilität
5 Leasing ist steuerlich vorteilhaft	5 Leasing ist steuerlich vorteilhaft

Quelle: BDL, TNS Infratest

das Volumen im Mobilienleasing um 12,0 Prozent auf 50,3 Milliarden Euro zugenommen.

Doch nicht nur die Quantität der Leasingnutzung hat sich verändert, auch die Beweggründe dafür haben sich in den vergangenen fünf Jahren deutlich verschoben. Während Studien im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Leasingunternehmen (BDL) 1994 und 2002 ergeben haben, dass der wichtigste Grund zur Nutzung des Leasing die Schonung der Liquidität war, ist dieser Faktor im Jahr 2007 auf Platz drei abgerutscht. Von Platz zwei auf Nummer eins vorgerückt ist die Aussage, dass gleichmäßige und genau kalkulierbare Kosten die Finanzierungsmethode so vorteilhaft machen. Und völlig neu in den Top Five ist auf Platz zwei die Tatsache, dass mit Leasing die Betriebsausstattung auf dem neusten Stand bleibt.

Die Umfrage bestätigt also, dass Leasing längst nicht mehr nur von kapital-schwachen Unternehmen eingesetzt wird. Vielmehr steht für die meisten gewerblichen Leasingnehmer derzeit die erhöhte Planungssicherheit auf der Kostenseite im Vordergrund. Das resultiert sicherlich auch daraus, dass die Finanzdienstleister ihre Restriktionen für die Kreditvergabe in den vergangenen Jahren nach und nach weiter gelockert haben. Sollten sich in Folge der aktuellen Finanzmarkturbulenzen die Finanzierungsbedingungen für Unternehmen drastisch verschlechtern, könnten sich auch die Motive fürs Leasing wieder verschieben. Liquidität dürfte dann an Bedeutung wieder gewinnen.

Der Branche kann das egal sein, solange die Kunden erhalten bleiben – und die Refinanzierung nicht ins Stocken gerät. Probleme werden an dieser Stelle aber nicht erwartet. **bs**

Online-Banking

Internet-Falle

90 Prozent der Internet-Nutzer in Deutschland (und das sind laut Bitkom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., Berlin, 60 Prozent der Bevölkerung) erledigen private Bankgeschäfte ganz oder teilweise über das Internet, so die PPI AG Informationstechnologie. In Haushalten ab 2 000 Euro Nettoeinkommen sind es sogar 95 Prozent. Selbst über die reine Transaktion hinausgehende Geschäfte wie Kapitalanlagen tätigen sie zu 44,9 Prozent

online – wobei man davon ausgehen darf, dass zuvor auch die Vergleichsmöglichkeiten im Internet intensiv genutzt werden. Lediglich der Kreditwunsch führt auch die höheren Einkommensgruppen noch fast regelmäßig in die Filiale. Gerade beim attraktiveren Kundensegment funktioniert die Bindung über den persönlichen Kontakt in der Filiale also deutlich weniger als bei Haushalten mit niedrigerem Einkommen. Im Segment mit einem Haushaltsnettoeinkommen bis 2 000 Euro schließt immerhin nur jeder Vierte Anlagen online ab.

Die Schlussfolgerung von PPI, es gelte auch bei diesen Zielgruppen die Akzeptanz des Online-Bankings zu verbessern, ist insofern mit Vorsicht zu genießen. Zweifellos lassen sich damit insbesondere im Zahlungsverkehr gegenüber papierhaften Transaktionen Kosten sparen. Die Kunden von der Filiale zu „entwöhnen“ hat aber auch seine Schattenseiten. Der Versuch, sie per Brief, Postwurfsendung oder E-Mail in die Filiale zu locken, geht schließlich auch nicht ohne Streuverluste ab. Und bei der telefonischen Terminvereinbarung schwärmen viele Kreditinstitute bislang noch von einer hohen Akzeptanz der Kunden, die sich freuen, dass ihre Bank endlich einmal aktiv auf sie zugehe. Mit zunehmender Belästigung durch Telefonwerbung dürfte aber auch diese Zustimmung wieder sinken. **sb**

Online-Banking: Nutzung in Prozent der Internetnutzer nach Haushaltsnettoeinkommen

