

bm -Blickpunkte

Konsumentenkredit I

Stolperstein Verbraucherkreditrichtlinie

Es ist ein guter Zeitpunkt für Theophil Graband, sich aus der Team-Bank zu verabschieden. Zum 1. Januar 2011 löst er Reinhard Gödel als Vorstandsvorsitzenden der VR Leasing in Eschborn ab. Graband, der der Team-Bank seit dem Jahr 1998 vorsteht, hat das Institut erfolgreich als zentralen Anbieter für Konsumentenkredite im genossenschaftlichen Finanzverbund etabliert. 2003 hatte die DZ Bank die damalige Norisbank für knapp 450 Millionen Euro von der Hypovereinsbank erworben und sich damit im Verbund eine Menge Unmut zugezogen – offenbar zu Unrecht. Nur drei Jahre später konnte sie deren 98 Filialen, den Kundenbestand und die Marke Norisbank bekanntlich für 420 Millionen Euro an die Deutsche Bank weiterverkaufen. Die Marke Easy Credit und alle Mitarbeiter verblieben bei den Genossen, das verbliebene Restinstitut trägt seit etwa drei Jahren den Namen Team-Bank.

Für Graband sind die Zahlen (nicht nur) aus dem Jahr 2009 erfreulich: Der Kreditbestand stieg im vergangenen Jahr um 700 Millionen Euro auf 5,6 Milliarden Euro an, was einem Plus von 14 Prozent entspricht. Damit übertrifft die Bank das Wachstum des Gesamtmarktes für Ratenkredite in der selben Zeit um 7,5 Prozent auf ein Volumen von 142,0 Milliarden Euro deutlich. Auch zwischen Januar und März 2010 ist das Wachstum schon beachtlich: Plus drei Prozent von 5,6 Milliarden auf 5,8 Milliarden Euro beim Volumen des Easy Credit.

Die Volks- und Raiffeisenbanken sind mit einem Anteil von 80 Prozent der mit weitem Abstand wichtigste Vertriebskanal der Ratenkreditbank. Nach wie vor vertreiben

etwa 75 Prozent der Genossenschaftsbanken das Produkt der Nürnberger, doch sie tun es nicht exklusiv. Nach Team-Bank-Angaben lag die Verbundquote beim Produkt Konsumentenkredit während des Jahres 2009 zwar immerhin bei mehr als 50 Prozent. Doch die Bank legt in den kommenden Jahren stärkere Konzentration darauf, das Geschäft in den bereits bestehenden Vertriebspartnerschaften zu intensivieren, als auf die Bemühungen, neue Partnerbanken zu gewinnen.

Dabei dürfte Grabands Nachfolger im kommenden Jahr jedoch auf eine unerfreuliche Hürde stoßen: Ab Ende 2010 müssen – mit der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie – auch Provisionen ausgewiesen werden, die die Volks- und Raiffeisenbanken bei der Kreditvermittlung von der Team-Bank bekommen. Im ersten Quartal 2010 waren das 40 Millionen Euro und damit elf Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Diese Zahlungen dem Kunden angemessen zu erklären, dürfte die Berater zunächst fordern. So könnte sich ihre Tendenz, eher hauseigene Produkte anzubieten, durchaus verstärken – denn Provisionen, die bankintern verrechnet werden, müssen nicht ausgewiesen werden. **hm**

Konsumentenkredit II

Zwei Drittel am Point of Sale

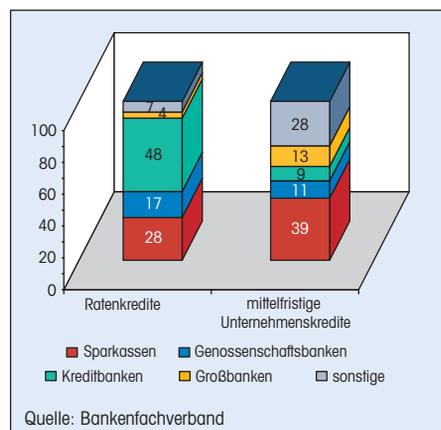
Für die Generalisten unter den Kreditinstituten, die Sparkassen zumal, ist es nur bedingt eine gute Nachricht: Bei den Investitionskrediten für Unternehmenskunden haben die im Bankenfachverband zusammengeschlossenen Kreditspezialisten im vergangenen Jahr zwei Prozentpunkte an Marktanteil eingebüßt. Bei den mittelfristigen Unternehmenskrediten kamen die 54

Banken gemeinsam auf einen Marktanteil von neun Prozent beziehungsweise ein Kreditvolumen von 15,6 Milliarden Euro. Bei den Sparkassen waren es 66,9 Milliarden Euro beziehungsweise 39 Prozent des Geschäfts.

Den einen Prozentpunkt, den die Sparkassen bei den Unternehmenskrediten am Marktanteil gewinnen konnten, büßten sie bei den Ratenkrediten gleichzeitig ein. Denn hier konnten die Kreditbanken ihren Anteil

Marktanteile im Kreditgeschäft 2009

(Angaben in Prozent)



um drei Prozentpunkte auf 48 Prozent ausbauen. Die Sparkassen kamen auf 28 Prozent (nach 29 Prozent im Vorjahr), während sich Genossenschaftsbanken (17 Prozent) und Großbanken (vier Prozent) auf Vorjahresniveau halten konnten.

Die Bemühungen der Sparkassenorganisation um ein zentrales Angebot bei den Ratenkrediten haben also nichts an Aktualität verloren – allein schon deshalb, weil die Dezentralität ein deutlicher Nachteil im Werben um Händlerkooperationen für die Finanzierung direkt am Point of Sale ist. Und auf die Finanzierung im Handel entfallen dem Bankenfachverband zufolge immerhin knapp zwei Drittel der Konsumfinanzierung.

Dass die Kreditbanken im Geschäft über den Vertriebskanal Handel um 22,9 Prozent auf 21,4 Prozent wachsen konnten, ist auch nicht allein der Abwrackprämie zu verdanken. Schließlich fiel dieses Wachstum höher aus als das in der Kfz-Finanzierung für Private (plus 19,2 Prozent). Allein das Neugeschäft für Verbraucher-elektronik konnte auf 1,9 Milliarden Euro annähernd verdreifacht werden. Wenn gleich die Kfz-Finanzierung volumensmäßig unverändert den größten Brocken ausmacht, werden hier ohne ein zentrales Angebot also erhebliche Potenziale verschenkt. **Red.**

Privatkundengeschäft

Targobank wächst mit Einlagen

Bei der Targobank sind im Geschäftsjahr 2009 die Einlagen um 12,0 Prozent gestiegen. Dass sie mit einem Bestand von 10,55 Milliarden Euro das Kreditvolumen von 9,79 Milliarden Euro überstiegen, ist in der Historie der Bank kein Novum und signalisiert insofern auch keinen Paradigmenwechsel, wenngleich die Gewichte üblicherweise umgekehrt verteilt waren.

Dass die Kundenforderungen insgesamt – übrigens bei einer um 50 000 oder 2,5 Prozent gestiegenen Zahl der Kreditkonten – um 5,96 Prozent sanken und speziell das Ratenkreditvolumen um 5,37 Prozent zurückging, ist nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden Franz Josef Nick „den Umständen“ geschuldet. Sowohl die Umstellung der IT als auch die gewissermaßen markenlose Zeit, als man nicht mehr wirklich Citibank war, aber auch noch nicht unter neuem Namen agierte, habe zu diesem Rückgang beigetragen. Immerhin habe man die „starke Stellung im Ratenkreditgeschäft verteidigt“ (Marktanteil 6,1 Prozent nach 6,9 Prozent im Vorjahr), bei der es auch in Zukunft bleiben soll. Nach dem Re-Branding hat die Nachfrage offenbar bereits wieder spürbar angezogen. Eine Ausnahme vom Rückgang des Kre-

ditgeschäfts bildeten übrigens 2009 die Kreditkarten. Hier erhöhte sich das Forderungsvolumen immerhin um 1,5 Prozent auf 455 Millionen Euro. Erklärt werden die Zuwächse im Kartengeschäft vor allem durch die Gratis-Cash-Karte, also das Angebot der gebührenfreien Bargeldversorgung per Kreditkarte, mit der die Citibank zu dem Streit um die Bargeldversorgung beitrug.

Im ersten Quartal 2010 hat die Targobank 27 000 Neukunden gewonnen – wiederum zum größten Teil im Einlagengeschäft. 60 Prozent von ihnen eröffneten ein Festgeldkonto, 40 Prozent zusätzlich ein Girokonto. Immerhin: Auch die Zahl der Terminvereinbarungen hat um 15 Prozent zugelegt.

Red.

Autofinanzierung

Stabilisierung der Volumina für 2010 erhofft

Auch wenn die herstellerebenen Autobanken mit ihren Produkten teilweise längst aus der Nische Absatzförderung herausgewachsen sind, wollen sie sich doch in der Außerdarstellung vor allem als eines verstehen: als Finanzdienstleister, die den Abverkauf ihrer jeweiligen Automarke fördern. Doch genau mit diesem Auftrag dürften sie im laufenden Jahr allerhand zu tun haben. Der Wachstumstreiber des vergangenen Jahres, die Abwrackprämie, fällt weg. Sie ist bekanntermaßen ausgelaufen und – was noch schwerer wiegt – viele Privatkunden haben ihren Autokauf dank der staatlichen Unterstützung vorgezogen und sind nun erstmal mit Neufahrzeugen versorgt.

Geht man von einschlägigen Prognosen aus, so dürften im laufenden Jahr etwa 2,7 Millionen Neufahrzeuge zugelassen werden und damit rund eine Million weniger als 2009. 2,2 Millionen davon sind finanzierte Neufahrzeuge. Zudem werden etwa 6,9 Millionen Gebrauchtwagen gehandelt, davon ebenfalls rund 2,1 Millio-

nen Stück auf einer Finanzierungsbasis. Das entspricht einem Volumen für Autofinanzierungen in Höhe von 21,9 Milliarden bei den Neuwagen und 15,5 Milliarden Euro bei den Gebrauchtwagen. Nach einer Umfrage des Marktforschers BBE unter Kreditinstituten, die in der Kfz-Finanzierung aktiv sind, haben die Autobanken im stagnierenden Neuwagengeschäft durchaus die Chance, an Bedeutung zu gewinnen. Im Gebrauchtwagenmarkt dürften hingegen die herstellerunabhängigen Spezialbanken einen Vorteil haben. Was aus dem zunehmenden Wettbewerb bei zurückgehendem Marktvolumen in jedem Fall resultiert, ist das Sinken der Margen.

Den Captives muss das durchaus Sorgen bereiten, denn schon im vergangenen Jahr haben sie nicht so stark vom Marktwachstum profitiert wie das möglich gewesen wäre. Insgesamt wurden im Jahr 2009 etwa 3,8 Millionen Pkws neu für den Straßenverkehr zugelassen, das entspricht einem Plus von 22,6 Prozent gegenüber 2008. Währenddessen haben die Autobanken 1,3 Millionen Fahrzeuge mit einem Volumen von 26,2 Milliarden Euro finanziert, was nur einem Zuwachs um elf Prozent in der Stückzahl und sogar einem Rückgang um zwei Prozent im Volumen entspricht.

Im Geschäftsfeld Privatkunden, in dem die Abwrackprämie zum Tragen kam, stehen einer Zunahme von 77 Prozent bei den Zulassungen folgende Zahlen der Autobanken gegenüber: plus 34 Prozent auf 782 000 finanzierte Autos, plus neun Prozent auf ein Volumen von 13,4 Milliarden Euro. Und das Wachstum ging nicht nur zulasten der Losgrößen, sondern auch der Profitabilität, wie die Sprecher des Arbeitskreises Autobanken durchaus eingestehen. Begründet wird diese Entwicklung mit der Vorliebe der Umweltpremien-Nutzer für kleinere Modelle und damit auch schmalere Finanzierungsvolumina. Doch nicht nur das: Offenbar kamen 2009 vor allem solche Kunden ins Autohaus, die zuvor eher Gebrauchtwagen gekauft hatten, deshalb die Angebote der Autobanken noch

nicht kannten und die offenbar von Berührungängsten geplagt waren.

Langfristig kann aber zumindest der letztere Umstand auch eine Chance bedeuten: Bietet die jeweilige Autobank ihrem Kunden einen guten Service und behandelt sie ihn kulant, so dürfte sie sich die Möglichkeit eröffnen, ihn auch beim nächsten Autokauf für eine Finanzierungslösung gewinnen zu können – vielleicht in etwas größerem Umfang als beim ersten Mal. Und ein weiterer Fakt dürfte trösten: Die wenigsten Besitzer großer Autos haben ihren Wagen abgewrackt und den Neuwagenkauf vorgezogen, ihr Bedarf dürfte weiterhin bestehen. Zumindest für die Stabilisierung der Volumina bedeutet das fürs laufende Jahr ein wenig Hoffnung.

hm

Beratungsprotokolle

BaFin bestätigt Verbraucherschützer

Anfang Mai hat die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht die Auswertung ihrer im Februar 2010 gestarteten Markterhebung zum Beratungsprotokoll abgeschlossen. Nach der Auswertung der Antworten von 302 Kredit- und Finanzdienstleistungsinstituten sowie 1 099 Protokollen von 102 Unternehmen und der Schulungsunterlagen von 152 Instituten kommt die Aufsicht im Wesentlichen zu den gleichen Ergebnissen wie zuvor schon Verbraucherschutzorganisationen: An der Umsetzung der Protokollpflicht gibt es einiges zu bemängeln.

Der Hauptvorwurf lautet: Die Vordrucke sind allzu standardisiert. Es gibt kaum Freitextfelder, um die Vordrucke um weitere Informationen zur persönlichen Situation des Kunden und seinen individuellen Anliegen beziehungsweise deren Gewichtung ergänzen zu können. Stattdessen wird in allzu starkem Maße mit vorgegebenen Textbausteinen gearbeitet. Und schlimmer noch: Dort, wo Platz für solche individuellen Angaben vorgesehen sind, werden

sie in zwei Drittel der Fälle nicht genutzt. Und dies ist offenbar nicht allein auf die Nachlässigkeit (oder Zeitnot) der Berater zurückzuführen. Sondern schon die Schulungsunterlagen sehen kaum praktische Beispiele für die Dokumentation individueller Kundenangaben vor. Dabei könnten gerade solche individuellen Angaben in späteren Streitfragen dazu beitragen, die Rechtssicherheit auch für die Bank oder Sparkasse zu erhöhen – auch ohne Kundenunterschrift.

Denn auch die mehrheitlich geübte Praxis, das Beratungsprotokoll vom Kunden unterschreiben zu lassen, wird von der Aufsichtsbehörde kritisiert. Dass rund jedes vierte Kreditinstitut die Ausführung von Wertpapiergeschäften ablehnt, wenn der Kunde nicht unterschreibt, ist nach Ansicht der BaFin rechtswidrig. Weder Anlageberatung noch Erstellung und Aushängung des Protokolls dürfen demnach von der Unterschrift des Kunden abhängig gemacht werden. Ein gewisses Verständnis für das Bedürfnis der Kreditinstitute, sich durch Einholen der Kundenunterschrift Rechtssicherheit zu verschaffen, bringt die BaFin mit dem Verweis auf die Diskussion dieser Frage im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens durchaus zum Ausdruck. Im Ergebnis ist aber nun einmal maßgebend, was der Gesetzgeber schließlich festgelegt hat. Und im Gesetz ist lediglich die Unterschrift des Beraters vorgesehen.

All das ist vermutlich Wasser auf die Mühlen der Verbraucherschützer. Schließlich deckt sich die Kritik der Aufsichtsbehörde in allen wesentlichen Punkten mit dem, was etwa die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen als Ergebnis einer Stichprobe schon im März angemerkt hatte (siehe bank und markt 4/2010, Seite 9). Dies als „Ritterschlag“ für die Verbraucherschützer zu verstehen, wäre sicher übertrieben. Dass die Aufsicht letztlich zu den gleichen Ergebnissen kommt, zeigt aber doch, dass die Verbraucherzentralen durchaus sachgerecht urteilen und nicht immer übers Ziel hinausschießen.

Bedarf für weitergehende gesetzliche Regelungen, wie sie die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen forderte, sieht die BaFin freilich nicht. Auch ohne derartige Verschärfungen mahnt sie jedoch Verbesserungen bei den Banken an, um die Dokumentation in der vom Gesetzgeber vorgesehenen Weise vorzunehmen. Und sie wird im Rahmen der jährlichen Prüfung nach § 36 WPHG „nachhalten, ob die Institute geeignete Maßnahmen zur Verbesserung der Dokumentation der Anlageberatung ergriffen haben“. **sb**

Privatkundengeschäft

Noa Bank – Transparenz alleine reicht nicht

Francois Jozic äußert sich häufig und ausgesprochen offen mit Beiträgen im Internet. Als Mitbegründer einer Bank, die sich Transparenz als oberstes Gebot auf die Fahnen schreibt, sind seine Aktivitäten absolut gerechtfertigt. Den Duktus und Tonfall, in dem Jozic sich äußert, darf man dennoch als ungeschickt bezeichnen.

In einem aktuellen Beitrag von Anfang April beispielsweise versucht Jozic, den (freiberuflichen) Autor eines Spiegel-Artikels zu diskreditieren, indem er Bemerkungen über dessen veraltetes Bild im Internet macht und sich ironisch zu den Spezialgebieten des Journalisten im industriellen Bereich (und nicht etwa der Finanzbranche) äußert. Sicherlich übertreibt der Bankchef auch, wenn er von den „verbissenen Medienkampagnen“ der Wettbewerber spricht, die in seinen Augen unter anderem zu dem kritischen Beitrag im Spiegel geführt haben.

Der in dem Artikel erhobene Vorwurf, die Noa Bank wolle mit den von ihr eingeworbenen Mitteln die Factoring-Aktivitäten der Quorum AG refinanzieren, bei der Jozic als Aufsichtsratsvorsitzender agiert, greift allerdings tatsächlich ein Stück zu kurz. In seinem ausführlichen Statement zur Gründung der Bank im November 2009 hat Jozic ein solches Vorgehen schon

angedeutet – ihm in dieser Sache Heimlichkeiten und verschwiegene Absichten vorzuwerfen, ist vermessen. Dass das im Jahr 2004 gegründete und kürzlich in Noa Factoring umbenannte Unternehmen aber offenbar zahlreiche gerichtliche Verfahren wegen ihres Geschäftsgebarens anhängig hat, und dass der Firma – zumindest für die Vergangenheit – unsaubere Wettbewerbsmethoden nachgesagt werden, kann das Image der Noa Bank nicht verbessern. Da hilft es auch nicht weiter, dass der Gründer auf manche Vorwürfe reagiert, Fehler eingesteht und Besserung gelobt.

Die Kunden scheint es bisher kaum zu stören. Bis Mitte Mai 2010 hat die Noa Bank bereits 263 Millionen Euro an Einlagen eingesammelt. Dabei entscheiden die Anleger selbst, in welchen Bereichen ihr Geld als Kredit vergeben werden sollen. Richtig in Schwung gekommen ist die Kreditvergabe aber noch nicht, das räumt Jozic ein. Vor allem im Bereich Umweltschutz, der unter dem Namen „Planet“ läuft, ist das Missverhältnis groß: 93,0 Millionen Euro an Einlagen standen Ende März einem Kreditvolumen von 3,5 Millionen Euro gegenüber. Neue Tagesgeldkonten können in diesem Bereich denn auch seit Ende März nicht mehr eröffnet werden.

Etwas besser ist das Verhältnis zwischen Kundeneinlagen und Kundenkrediten in der Rubrik „Region“, unter der vor allem regionale Projekte und Firmen unterstützt werden sollen. 122,5 Millionen Euro an Einlagen und 52,3 Millionen Euro an vergebenen Krediten. Immerhin: Anfang Mai hat die Bank die Eröffnung neuer Tagesgeldkonten nun komplett eingestellt, bis die Kreditvergabe stärker angelaufen ist.

Wenn Vertrauen das höchste Gut einer Bank ist, dann gilt das für ein Institut, das mit dem Argument der Transparenz und einem Ansatz, der mit dem Misstrauen der Verbraucher in „normale Banken“ spielt, umso mehr. Es dürfte der ganzen Branche schaden, wenn ausgerechnet ein solches Institut in Verruf gerät. **hm**