

bm -Blickpunkte

Privatkundengeschäft

Kritische Masse

Knapp zehn Jahre nach dem Kauf der damaligen BfG Bank hat die schwedische SEB nun aufgegeben und sich mit Verlust vom deutschen Privatkundengeschäft getrennt. Für 555 Millionen Euro werden alle 173 Filialen mit rund einer Million Privatkunden, einem Kreditvolumen von 8,5 Milliarden Euro und einem Einlagenvolumen von 4,6 Milliarden Euro an den spanischen Banco Santander verkauft.

Damit trennen sich die Schweden von einem Geschäft, das die gesetzten Ziele nicht erreicht hatte. Bis 2006, so die ursprüngliche Deadline, sollte das Deutschlandgeschäft profitabel werden. Das aber war trotz wiederholtem Austausch des Managements nicht gelungen. Und dass der Verkauf nicht – wie ursprünglich geplant – schon 2008 stattfand, war weniger der Hoffnung zu verdanken, doch noch die Trendwende zu schaffen, als vielmehr der mangelnden Nachfrage während der Finanzkrise.

Dass das Geschäft bis zum Schluss defizitär blieb, mag zum Teil dem Umstand zu verdanken sein, dass sich die SEB mit der damaligen BfG Bank das seinerzeit erste Portfolio gebührenfreier Girokonten und damit eine grundsätzlich preissensitive Klientel mit einem vielleicht zu hohen Anteil an Einproduktnutzern eingekauft hatte.

Auch behutsame Preiskorrekturen im Jahr 2008 mit der Einführung eines bepreisten Mehrwegkontos und der Abschaffung der gebührenfreien Kreditkarte für diejenigen Kunden, die weiterhin das kostenlos Girokonto nutzten, vermochten der Ertragschwäche offenbar ebenso wenig abzuwehren wie die teilweise aggressive

Bestandskundenbearbeitung mit Outbound-Calls oder der Versuch, Kunden mit Geschenken wie Schweden-Sweatshirts oder Bademänteln in die Beratung zu locken.

Ob der Marketingansatz, ganz auf das Schweden-Image zu setzen, wirklich glücklich war, darf ebenfalls bezweifelt werden – ganz gleich, ob sich die Kunden dabei an Schweden als Reiseland orientierten oder am Möbelriesen Ikea: Als Urlaubsziel ist Schweden eher teuer. Und Ikea ist nicht ausgerechnet für kompetente Beratung berühmt. So oder so war der Imagetransfer insofern schwierig.

Dass man mit den 173 Filialen zwar bundesweit, aber doch nur in größeren Städten präsent war, kam erschwerend hinzu und grenzte die infrage kommende Klientel weiter ein. Jedenfalls reichte die Neukundengewinnung offenbar nicht aus, um die allzu geringen Margen im Standardgeschäft durch Skaleneffekte kompensieren zu können. Das Fehlen der „kritischen Masse“ wird deshalb als Hauptgrund für das Scheitern in Deutschland angegeben.

Diese Masse bringt der spanische Banco Santander zweifellos schon mit. Insgesamt sind es sechs Millionen. Davon vier Millionen „eigene“ und knapp zwei Millionen, die im Zuge des Erwerbs von GE-Money Bank und dem deutschen Privatkundengeschäft der RBS übernommen wurden. Inklusiv der bisherigen SEB-Kunden werden es sieben Millionen sein – und damit ziehen die Spanier mit der ING-Diba gleich und rangieren im Hinblick auf die Kundenzahl dann hinter Postbank, Commerzbank und Deutscher Bank auf Platz vier im deutschen Privatkundengeschäft. Im stationären Vertrieb wird sich die Anzahl der Zweigstellen durch die Übernahme des SEB-Geschäfts verdoppeln – freilich um den Preis einer weiter steigenden Cost In-

come Ratio, wie es schon durch die Integration des RBS-Geschäfts und der defizitären Zweigstellen der GE-Money Bank der Fall war. Bei einem Aufwands-Ertrags-Verhältnis von 32,5 Prozent im Jahr 2009 wird dies aber zu verkraften sein. **sb**

Privatkundengeschäft

GE Capital Direkt: Wieder im Einlagenwettbewerb

Seit Mitte Juli dieses Jahres konkurriert in Deutschland ein neuer und dennoch altbekannter Wettbewerber mit den Platzhirschen um die Einlagen von Privatkunden: Die GE Capital Direkt, im Konzern organisiert als Direktbanktochter der GE Capital Germany, hat ein Online-Tagesgeldkonto auf den Markt gebracht. Ein Festgeldkonto dürfte nicht lange auf sich warten lassen.

Der neuerliche Eintritt des GE-Konzerns in den deutschen Bankenmarkt für Privatkunden bedeutet eine Kehrtwende: Vor knapp zwei Jahren hatte GE seine Banktochter GE Money Bank GmbH, Hannover, (als Teil des gesamten Bereiches GE Consumer Finance) mit rund 500 000 Kunden und 100 Zweigstellen an den Banco Santander verkauft. Die Verschmelzung wurde zum 1. Juli 2009 vollzogen. Zwar hatte das Management seit der Fusion von Allbank, Service Bank und WKV Bank im Jahr 2004 das Ziel, aus dem Kleinkreditfinanzierer GE Money Bank eine Allround-Privatkundenbank zu machen, doch die ehrgeizigen Pläne gingen nicht auf. Für die Spanier waren bei der Übernahme der Hannoveraner vor allem ihr Konsumentenkreditgeschäft und das Filialnetz ausschlaggebende Faktoren. Für die neue Bank ist denn auch ein klarer Fokus auf den Online-Vertriebsweg und eine ausgewählte Produktpalette vorgesehen.

Mehr Konstanz zeigt der GE Konzern im deutschen Firmenkundengeschäft, in dem er seit mehr als 40 Jahren vertreten ist. Etwa 55 000 Unternehmen betreut GE Capital bundesweit in den Bereichen Factoring, Leasing, Mietkauf, Investitionskredit, Absatz- und Lagerfinanzierung sowie Fuhrparkmanagement. Dass mit dem Geld der Privatkunden nun ebendiese Aktivitäten refinanziert werden sollen, nutzt die Bank als Marketingargument: Das neue Angebot sei „Treibstoff für den Mittelstand“, der private Anleger könne mit seiner Geldanlage den deutschen Mittelstand unterstützen.

Damit positioniert die Bank sich geschickt. Doch die Finanzierung des Mittelstandes könnten sich Genossenschaftsbanken und Sparkassen noch deutlich größer auf ihre Fahnen schreiben. Für die Privatanleger dürfte hier die Kombination aus Sinn stiftender Geldverwendung und dem mit 2,25 Prozent derzeit hohen Zinssatz im Vordergrund stehen.

Und ein drittes Argument macht sich die neue GE Capital Direkt zu Nutze. Sie ist dem freiwilligen Einlagensicherungsfonds des Bankenverbandes beigetreten, womit alle Guthaben bis zu einer Höhe von aktuell rund 118 Millionen Euro pro Kunde geschützt sind.

In dieser Strategie folgt GE zwar einerseits dem Beispiel der Royal Bank of Scotland, über einen neuen Anbieter wieder in den deutschen Markt zurückzukehren. Der gewählte Weg unterscheidet sich jedoch signifikant. Denn die RBS vertreibt seit Oktober 2009 zwar wieder Karten in Deutschland – doch diesmal nicht unter eigenem Namen und mit eingeschränkter Sicherheit. Das Prepaid-Guthaben der Medius-Card, hinter der letztlich die Schotten stehen, unterliegt keiner Einlagensicherung. Denn die Medius-Card AG, München, vermittelt die Karten nur für die in Gibraltar ansässige Transact Network Limited. Und E-Money-Guthaben werden vom Einlagensicherungssystem Gibaltars nicht gedeckt. **Red.**

Firmenkundengeschäft

Kreditmediator: Nur ein Damoklesschwert?

Ganzen vier Unternehmen hat der im März gestartete von der Bundesregierung ins Leben gerufene Kreditmediator Deutschland bis Ende Juni zu einem Kredit verholten. Dass es nicht mehr sind, hängt aber offenkundig nicht mit der Hartleibigkeit der Kreditwirtschaft zusammen, an der auch Hans-Joachim Metternich scheitert. Sondern auch die Anzahl der konkreten Anträ-

ge hält sich in sehr überschaubaren Grenzen. Das mag zum Teil daran liegen, dass einem Teil der hilfesuchenden Unternehmen auch ohne offizielles Mediationsverfahren geholfen werden konnte, sodass sie sich den formellen Antrag ersparten und damit in der Statistik nicht auftauchen. Vielleicht hat auch die bloße Existenz des Mediators – gewissermaßen als Damoklesschwert mit der impliziten Drohung neuer politischer Eingriffe – die Bereitschaft von Banken und Sparkassen gestärkt, ihren Kunden wo immer möglich entgegenzukommen. Vielleicht ist der ausgebliebe-

ne Ansturm aber auch ganz einfach ein Zeichen dafür, dass es die „Kreditklemme“, über deren Existenz es ohnehin nie einen Konsens gab, in Deutschland schlicht und einfach nicht gibt. Für diese Erkenntnis wären die rund fünf Millionen Euro pro Jahr, die der Kreditmediator Deutschland kostet, freilich ein stolzer Preis. **sb**

Anlageberatung

Falsche Prioritäten

Nach den Verlusten vieler Anleger in der Finanzkrise ist die Anlageberatung der Banken und Sparkassen in Verruf geraten. Ob die infolgedessen von der Politik verstärkt geforderte Honorarberatung von den Kunden akzeptiert wird und wirklich die Garantie für eine bessere Beratungsqualität liefern kann, ist allerdings umstritten.

Ein ganz anderer Faktor aber tritt bei dieser Diskussion in den Hintergrund: der große – und angesichts des Vertrauensverlusts vielleicht weiter wachsende – Anteil derjenigen Kunden, die sich gar nicht beraten lassen. Hier schlummert das eigentliche Problem, so das zentrale Ergebnis der Studie „Verbraucherschutz durch Vergütungsmodelle im Finanzvertrieb“ des IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH, Hamburg, im Auftrag von Canada Life, Standard Life, Stuttgarter Versicherung, Volkswohl Bund und Zurich Versicherung.

Für die Versicherungsbranche zeigt sich dort: Nicht die Vergütungsmodelle wirken sich auf die unterschiedliche Absicherungsqualität der Bundesbürger aus, sondern die Frage, ob überhaupt beraten wurde. Beispiel Riester-Rente: Hier liegt der Durchdringungsgrad bei denjenigen Verbrauchern, die keine Beratung in Anspruch genommen haben, um über 20 Prozentpunkte niedriger als bei Provisions- oder Honorarberatung.

Mit anderen Worten: Wichtiger als die Forderung nach einem Ausbau der Honorar-

beratung wäre das Werben für die Beratung überhaupt. Hier werden nicht nur falsche Prioritäten gesetzt. Die Einwürfe aus der Politik könnten sich sogar kontraproduktiv auswirken. Denn wenn die klassische Beratung der Kreditwirtschaft von Politikern und Verbraucherschützern öffentlich schlecht geredet wird, laufen die Menschen nicht scharenweise zu den Honorarberatern. Sondern sie verzichten gleich ganz darauf. Wohl Informierten muss das nichts schaden. Die große Menge derjenigen, die sich in Finanzdingen weniger gut auskennt, wie es die Politik schließlich ebenfalls immer wieder beklagt, ist damit aber schlecht beraten. **Red.**

Selbstbedienung

Doppelseitige Kontoauszüge

Manchmal sind es Kleinigkeiten, mit denen man überraschend viel sparen kann. So leuchtet es unmittelbar ein, dass die Kreditwirtschaft mit Kontoauszügen, die gleichzeitig auf Vorder- und Rückseite bedruckt werden, beträchtliche Mengen an Papier einsparen kann. Allein in der Sparkassenorganisation wären es NCR zufolge 200 Tonnen Papier pro Jahr.

Technisch scheint das Verfahren aber überraschend schwierig zu sein: Erst jetzt hat die Finanz Informatik die deutschlandweite erste Zertifizierung der Zwei-Seiten-Thermodrucktechnologie für den Kontoauszug freigegeben. Bei 500 Sparkassen sind entsprechende NCR-Auszugsdrucker, die sich auf die neue Technologie umstellen lassen, bereits installiert.

Beim einen oder anderen Kunden mag die Umstellung vielleicht vorübergehenden Unmut auslösen. Andere werden sich über die Reduktion an Papier freuen. Bedenken hinsichtlich der Dauerhaftigkeit von Thermodruck, wie man sie etwa von Kassenzetteln kennt („für die Garantie den Beleg bitte kopieren, weil die Schrift mit der Zeit verschwindet“), können die Institute aus-



räumen: Dies ist eine Frage des Papiers. Kontoauszüge sind auch beim Thermodruck „lagerfest“. **Red.**

Anlageberatung

Wirklich nur blamabel?

Wie bereits im Vorjahr hat die Stiftung Warentest auch in diesem Jahr die Anlageberatung der Kreditinstitute unter die Lupe genommen und das Ergebnis mit „Die Blamage geht weiter“ betitelt (Finanztest 8/2010). Das liegt weniger an der Qualität der Beratung, die ja eigentlich getestet werden sollte. Denn hier haben – mit Ausnahme der Deutschen Bank – alle getesteten Häuser besser abgeschnitten als im Vorjahr.

Dass die Verbraucherschützer dennoch sechsmal die Note „Mangelhaft“ vergaben, hängt vielmehr an Formalitäten, nämlich dem zu laxen Umgang mit der Protokollpflicht. Allzu häufig wurden die Kunden vor der Anlageempfehlung nicht nach ihren finanziellen und persönlichen Verhältnissen, ihren Kenntnissen und Erfahrungen sowie den mit der Geldanlage verfolgten Zielen gefragt. Und in der Hälfte derjenigen Gespräche, in denen von Wertpapieren die Rede war, wurde kein Beratungsprotokoll ausgehändigt.

Eben dieser Kritikpunkt war es offenbar auch, der diesmal den ZKA – anders als sonst – zu einer Stellungnahme veranlasste. Denn während man über die Beurteilung der Beratungsqualität anhand solcher Stichproben manchmal streiten kann,

ist der Vorwurf eines mangelhaften Umgangs mit der gesetzlichen Protokollierungspflicht ein ernster.

So räumt der ZKA denn auch „offenbar noch deutlichen Nachholbedarf“ bei der Handhabung von Protokollen nach einer Wertpapierberatung ein. Gleichzeitig wird aber auch darauf hingewiesen, dass die bloße Erwähnung von Wertpapieren, ohne dass ein konkretes Wertpapier empfohlen wurde, noch nicht zu einer Protokollierungspflicht führt.

Gar so ausgeprägt, wie es die Verbraucherschützer monieren, sind die Gesetzesverstöße der Bankberater demnach also wohl nicht. Dennoch zeigt die Diskussion, dass bei dem Thema noch einiges unklar ist. Vieles davon mag sich mit der Zeit einspielen. Andererseits sieht sich das Bundesministerium für Verbraucherschutz durch solche Vorwürfe, wie sie jetzt von Finanztest erhoben werden, zunehmend unter Druck gesetzt, eventuellen Unklarheiten durch eine neue, strengere Regulierung mit einheitlichen Vorgaben zu begegnen. Und eben das hatte die Kreditwirtschaft mit den bis jetzt ergriffenen Initiativen vermeiden wollen.

Als Konsequenz bleibt zunächst, im Zweifelsfall lieber auch dann ein Beratungsprotokoll zu erstellen, wenn es vielleicht nicht unbedingt zwingend erforderlich scheint, weil letztlich gar kein Wertpapier empfohlen wurde.

Ungeachtet aller möglichen Mängel bei der bisherigen Umsetzung der Protokollpflicht darf eines aber nicht vernachlässigt werden: Deren Ziel, nämlich eine bessere Beratung der Kunden zu erreichen, sollte beim Streit um die Formalitäten nicht in Vergessenheit geraten. Und diesem Ziel kommt die Branche offenbar näher, auch wenn da und dort das vom Gesetzgeber vorgesehene Stück Papier nicht ausgehändigt wurde. Dies ist ein Argument, das die Kreditwirtschaft bei Gesprächen mit dem Verbraucherschutzministerium durchaus in die Waagschale werfen darf. **Red.**