

bm -Blickpunkte

Investment

Zähes Fondsgeschäft

Mit ihrer Geldanlage, so hat es eine Umfrage im Auftrag des BVI Bundesverband Investment und Asset Management ergeben, sind die Deutschen grundsätzlich zufrieden. Nur jeder Zehnte hat das Gefühl, dass sein Geld nicht so gut angelegt ist. 77 Prozent finden dagegen, dass ihre Ersparnisse „sehr gut“ oder „eher gut“ angelegt sind.

Was auf den ersten Blick eine gute Nachricht ist – schließlich sprechen die Zahlen für vergleichsweise hohe Kundenzufriedenheit –, ist zumindest für die Fondsbranche ernüchternd. Schließlich sind, so hat es der BVI zum Start seiner Kampagne „Investmentfonds. Nur für alle“ ermittelt, nur 24 Prozent der Haushalte in Deutschland in Fonds investiert. 40 Prozent ihres gesamten Vermögens aber haben die Deutschen auf niedrig verzinsten Konten angelegt. Und die Besitzer von Sparbüchern und Tagesgeldkonten, so ärgert sich der BVI, sind damit kaum weniger zufrieden (90 Prozent) als die Fondsbesitzer mit ihren Fonds (92 Prozent). Änderungsbedarf bei der Geldanlage sehen 87 Prozent der Befragten deshalb nicht. Mit anderen Worten: Der Fondsvertrieb wird auch in naher Zukunft ein zähes Geschäft bleiben.

Diese Erkenntnisse decken sich mit dem, was Retailbanker immer wieder berichten: Viele Kunden sind im Hinblick auf ihre Geldanlage vergleichsweise beratungsresistent. Das Vertrauen in Aktien und Fonds ist eher gering. Und in Erwartung eines steigenden Zinsniveaus „parken“ sie ihr Geld zum Beispiel auf Tagesgeldkonten, ohne den ihnen dadurch entgehenden Renditeverlust mit zu berücksichtigen. Im vergangenen Jahr gab diese Strategie den Kreditinstituten Gelegenheit, die niedrig

verzinsten Anlagen zur Fristentransformation zu nutzen – und die Kunden waren zufrieden. Eine echte Win-Win-Situation also, wie es ein Vorstand einmal schmunzelnd formulierte. Das frustrierende Erlebnis für die Berater steht auf einem anderen Blatt. **Red.**

Konsumentenkredit

Genossenschaftsbanken gewinnen Marktanteile

Mit seiner neuen Rolle als Vorstandsvorsitzender der Nürnberger Teambank AG kann sich Alexander Boldyreff offenbar bestens identifizieren. Gut gelaunt stellte er im Mai dieses Jahres die Zahlen des Instituts für 2010 und das erste Quartal 2011 vor. Erstere verantwortete noch sein Vorgänger Theophil Graband, der zu Beginn des laufenden Jahres als Vorstandsvorsitzender zur VR Leasing wechselte.

Und das vergangene Jahr war ein gutes für den Ratenkreditspezialisten im genossenschaftlichen Finanzverbund: Der Bestand an Krediten stieg um zehn Prozent

auf 6,2 Milliarden Euro, während der deutsche Gesamtmarkt lediglich um 2,1 Prozent wuchs. Gleichzeitig erwirtschaftete die Bank ein Jahresergebnis vor Steuern, das mit 85 Millionen Euro etwa doppelt so hoch war wie das im Vorjahr (43 Millionen Euro). Das wird von der Teambank vor allem auf ein deutlich verbessertes Zinsergebnis zurückgeführt, wofür das günstigere Refinanzierungsumfeld im Jahr 2010 verantwortlich gewesen sei. Das Institut refinanziert sich über die Konzernmutter DZ Bank. Auch der Start ins aktuelle Jahr ist für die Bank erfolgreich verlaufen. Im ersten Quartal 2011 wurden bereits Ratenkredite mit einem gesamten Volumen von rund 200 Millionen Euro vergeben.

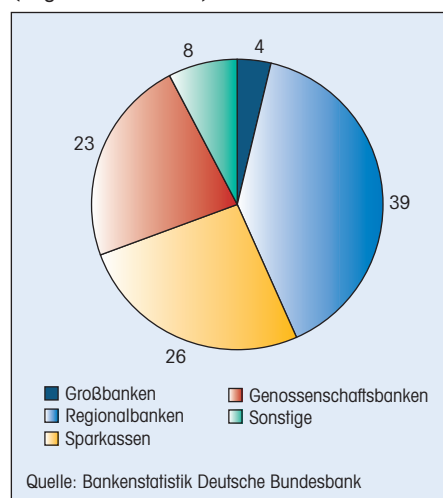
Dazu kommt, dass die Teambank nach Jahren sinkender Marktanteile der Volks- und Raiffeisenbanken nun eine Trendumkehr vermeldete. Rechnet man einen Sondereffekt aus der Bundesbank-Statistik heraus, der offenbar auf einer fehlerhaften Zuordnung in den vergangenen Jahren beruht, so hat sich der Marktanteil der Genossenschaftsbanken von 22,2 Prozent auf 22,9 Prozent erhöht.

An dem Volumen des genossenschaftlichen Sektors von 35,5 Milliarden Euro hat die Teambank mit einem Kreditvolumen von 6,2 Milliarden Euro einen Anteil von 17,5 Prozent. Das ist eine ordentliche Zahl, wenn man berücksichtigt, dass es sich hierbei um den Bestand handelt und nicht um das Neugeschäft.

Trotzdem gilt, dass viele Volks- und Raiffeisenbanken nach wie vor offenbar noch einen guten Teil ihres Ratenkredit-Geschäftes in die eigenen Bücher nehmen, anstatt es an die Teambank weiter zu vermitteln. Eine Intensivierung der bestehenden Vertriebspartnerschaften – rund 77 Prozent aller deutschen Genossenschaftsbanken

Marktanteile im Ratenkreditmarkt 2010

(Angaben in Prozent)



vertreiben den Easy Credit – steht laut Boldyreff denn auch nach wie vor auf der Agenda. hm

Verbraucherschutz

Konzentrierte Finanzmarktwächter

Am 20. April haben die Verbraucherschützer in Deutschland für dieses Jahr eine „Initiative Finanzmarktwächter“ ausgerufen, bei der es darum gehen soll, auf weiterhin bestehende Missstände im Finanzmarkt aufmerksam zu machen. Im Einzelnen sollen vier Problemfelder besonders unter die Lupe genommen werden:

1. Die Offenlegung von Vertriebsprovisionen. Hier wird neben einer Überprüfung, inwieweit Banken und Vermittler ihrer Offenlegungspflicht nachkommen, auch eine höchstrichterliche Klärung darüber angestrebt, ob Provisionen an die Kunden ausgekehrt werden müssen.

2. Mit Blick auf die Dispozinsen soll überprüft werden, inwieweit sie in der Vergangenheit angemessen angepasst wurden.

3. Die Assekuranz wird daraufhin untersucht, weshalb Kunden Versicherungsprodukte zur Altersvorsorge vorzeitig kündigen und welche Schäden ihnen daraus erwachsen.

4. Und nicht zuletzt steht auch die Gestaltung der Beratungsprotokolle im Wertpapiervertrieb weiterhin auf der Beobachtungsliste.

Das alles ist zwar nichts grundsätzlich Neues. Die Themen sind bekannt und wurden schon bisher immer wieder einmal thematisiert – etwa als die Verbraucherzentrale Bremen der Commerzbank die „goldene Nase“ für beispielhaft hohe Dispozinsen verliehen hat. Neu ist aber, dass die 16 Verbraucherzentralen der einzelnen Bundesländer mit dieser Initiative ihre Kräfte bündeln. Statt einzelner Hin-

weise auf zweifelhafte Praktiken soll sich so ein besseres Bild über den Gesamtmarkt ergeben.

Für die Anbieter mag diese neuerliche und verstärkte kritische Beobachtung, die sich des entsprechenden Medienechos sicher sein darf, unangenehm sein. Der „Frontalangriff“ bringt aber gegenüber den vielen kleinen bisherigen Nadelstichen vielleicht auch Vorteile. Denn die konzertierte Aktion wird vermutlich Ergebnisse zutage fördern, die weniger leicht als zufällig eingestuft werden. Und das Gesamtbild, mit dem sich die Verbraucherschützer als Früh-

warnsystem und Impulsgeber für die Finanzaufsicht positionieren wollen, kann letztlich auch den Anbietern selbst dienlich sein.

Dass das Aufgreifen von Hinweisen aus dem Verbraucherschutz in der Praxis durchaus nützlich sein kann, hat die Branche mittlerweile längst erkannt (siehe zum Beispiel Beitrag Boekhout in bank und markt 5/2011). Und wenn die Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) e.V., Berlin, das Ziel ausgibt, durch die stärkere Kontrolle nicht zuletzt das Verbrauchervertrauen in Banken, Versicherer und Vermitt-

ler zu stärken, kann die Branche dies sicher nur unterschreiben. **sb**

Mitarbeiter

Frauen auf dem Vormarsch

69 Prozent der Führungskräfte in deutschen Unternehmen sind gegen die Einführung einer Frauenquote. Und in den anderen europäischen Ländern sieht es nicht wesentlich anders aus. Zu diesem Ergebnis kam im März dieses Jahres eine Umfrage der Online-Jobbörse Stepstone. Und die neue Commerzbank-Studie zeigt, dass der Vormarsch der Frauen – wenn gleich nicht gerade in den Dax-Konzernen – auch ohne Quote voranschreitet. Im Mittelstand sind immerhin 20 Prozent der Top-Führungskräfte Frauen.

Der AGV Banken weist aus, wie sich der Anteil der außertariflich Beschäftigten im privaten Bankgewerbe mit den Jahren verändert hat. Demzufolge betrug das Verhältnis Männer-Frauen im Jahr 2009 zwar immer noch 2,6 zu eins. Im Vergleich zu 1980 ist das aber ein beträchtlicher Fortschritt: Damals kamen auf eine außertariflich beschäftigte Frau noch ganze 21 Männer. Da es üblicherweise nicht gerade die Hilfskräfte sind, die außertariflich beschäftigt werden, heißt das: Frauen machen doch Karriere – auch wenn sie es nicht immer in den Vorstand schaffen. Aber das ist dann vermutlich auch nur noch eine Frage der Zeit. **Red.**

Investment

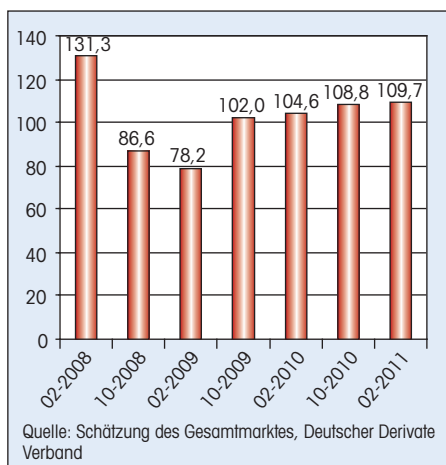
Zertifikate sind wieder da

Ende des Jahres 2008 und im Verlauf von 2009 war der Aufschrei laut. Bankberater, so der Vorwurf von Verbraucherschützern und Politikern, hätten massenhaft spekulative Produkte, insbesondere Zertifikate, an private Anleger verkauft, die sich über deren Konstruktionsweise und Risiken

nicht im Klaren gewesen seien. Der Name „Zertifikat“ war für Finanzprodukte zu diesem Zeitpunkt so verbrannt, dass sogar manche Sparkasse ihre „Sparkassenzertifikat“ genannten Einlageprodukte aufgrund negativer Rückmeldungen der Kunden umzubenennen trachtete.

Betrachtet man nun das aktuelle Marktvolumen von Zertifikaten, so darf man sich doch durchaus wundern. Nach einem Absturz der Zahlen infolge der Lehman-Pleite im September 2008 und einem entspre-

Marktvolumen Zertifikate



chenden Rückgang des Marktvolumens von 131,3 Milliarden Euro im Februar 2008 auf 78,2 Milliarden Euro im Februar des darauffolgenden Jahres, hat sich der Absatz des Finanzinstrumentes seither kontinuierlich wieder gesteigert. Der Gesamtmarkt erreichte im Februar 2010 ein Volumen von 104,6 Milliarden Euro, im Februar des aktuellen Jahres waren es 109,7 Milliarden Euro.

Alleine die Bezeichnung Zertifikat schreckt heute also offenbar kaum jemanden mehr ab. Und das Finanzinstrument kann als Beimischung im Depot ja durchaus sinnvoll sein. Selbstverständlich gibt es auch in dieser Produktklasse immense Unterschiede. Rund 60 Prozent der Zertifikate-Käufer entscheiden sich für ein kapitalgeschütztes Produkt. Und zwar heute genauso wie direkt nach der Krise im Jahr 2009. Diese Anleger haben sicherlich eine gerin-

gere Risikotoleranz als beispielsweise die Käufer von Optionsscheinen. Das Emittentenrisiko aber – diese Botschaft hat sich hoffentlich in den Köpfen fest verankert – bleibt in jedem Fall vorhanden, es ist dem Produkt immanent. **hm**

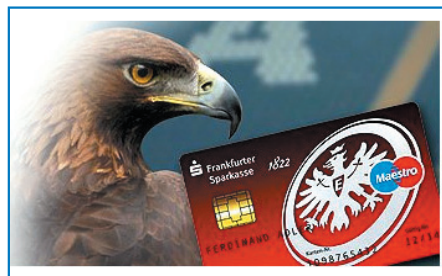
Sponsoring

Abstieg der Eintracht: Pech für Adler-Card

Nicht nur die Fans der Frankfurter Eintracht und die Stadt leiden – Letztere unter anderem wegen zurückgehender Einnahmen aus der Stadion-Vermietung – unter dem Abstieg des Vereins in die zweite Fußball-Bundesliga. Die Commerzbank beispielsweise als Namenssponsor des Frankfurter Stadions dürfte an der „Zweitklassigkeit“ eher wenig Freude haben. Doch die Großbank ist seit dem Jahr 2004 Partner der Eintracht. Sie leistet mit dem Sponsoring tatsächlich „ein nachhaltiges Bekenntnis zum Standort“ – denn zu Beginn des Engagements spielte der Verein ebenfalls in der zweiten Liga.

Das schlechte sportliche Abschneiden der Frankfurter Eintracht erwischte auch die Frankfurter Sparkasse eiskalt. Im Dezember des vergangenen Jahres legte das öffentlich-rechtliche Institut nach einer durchaus erfolgreichen Hinrunde des Vereins eine Sparkassen-Card mit dem Logo der Frankfurter Eintracht auf: die Adler-Card. Damit sollten vor allem junge Leute und Eintracht-Fans als Girokonto-Kunden gewonnen werden.

Das doppelte Pech dabei: Als Testimonial für die Karte trat Patrick Ochs auf, der



dann mitten im Abstiegskampf verkündete, zum VfL Wolfsburg zu wechseln. Auf der Internetseite der Frankfurter Sparkasse wurde Ochs denn auch flugs gegen das Eintracht-Maskottchen, den Adler Attila, ausgetauscht. Dass der Greifvogel demnächst zu einem anderen Verein wechselt, ist eher unwahrscheinlich, mag man spotten.

Ein Trost bleibt: Die Frankfurter Fans werden es honorieren, wenn die Sponsoren der Eintracht treu bleiben und (hoffentlich) im kommenden Jahr wieder mit dem Verein in die erste Bundesliga aufsteigen. In diesem Sinne ist wohl auch die Ansage auf der Internetseite der Sparkasse zu verstehen: „Jetzt erst recht“. **hm**

Versicherungen

20 Jahre DBV-Börsengang – und noch kein Ende

Zum 20. Mal hat sich am 26. April 2011 der Börsengang der ehemaligen Deutschen Beamten-Versicherung Öffentliche Lebens- und Rentenversicherungsanstalt gejhrt. Und gleichzeitig geht eine in der deutschen Versicherungswirtschaft wohl einmalige Besonderheit ihrem Ende entgegen: die Beteiligung ehemaliger Versicherter am Erlös des Börsengangs ihres Versicherers.

Mit der Privatisierung der Deutschen Beamten-Versicherung wurde ein Viertel der Aktien an die DBV Öffentlichrechtliche Anstalt für Beteiligungen (DBVÖR) mit Sitz in Wiesbaden übertragen. Die Ansprüche der Versicherten wurden 1994 durch sogenannte Berechtigungsscheine dokumentiert. Alle rund 600 000 Versicherten, deren Verträge am 31. Dezember 1989 und am 26. April 1990 noch bestanden, erhielten einen Berechtigungsschein.

Die DBVÖR sollte sich innerhalb von 20 Jahren von ihrem Anteil trennen, was 2006 mit dem Verkauf an den Schweizer Versicherer Winterthur erfolgte. Die Einnahmen aus diesem Verkauf stehen den früheren



Lebens- und Rentenversicherten der DBV zu. Dass die Winterthur mittlerweile längst zur Axa gehört, ändert daran nichts.

173 Millionen Euro wurden zwischen 2007 und 2009 bereits ausgeschüttet. Und aus dem Coupon 2, der noch bis zum 1. Oktober 2012 in Filialen der Commerzbank, der Hypovereinsbank, der Volks- und Raiffeisenbanken sowie vieler Sparkassen eingelöst werden kann, haben die Inhaber insgesamt weitere 265 Millionen Euro zu erwarten. Bis Ende April 2011 wurde bereits etwas mehr als die Hälfte des Betrags eingelöst. Aus den

während der Einlösungsspanne nicht abgerufenen Geldern wird sich nach dem Ende der Einreichungsfrist voraussichtlich noch eine zusätzliche Schlusszahlung ergeben. **Red.**

Konsumentenkredite

Zurück zur Normalität

Die Bundesbürger wollen im laufenden Jahr wieder verstärkt Kredite für Konsumzwecke aufnehmen. Das ist für alle Banken eine gute Nachricht, überwog in den vergangenen Jahren doch eher die Verunsicherung und die Zurückhaltung der Verbraucher. Dadurch wurde sehr viel mehr gespart als ausgegeben. Doch im Gleichlauf mit dem wirtschaftlichen Aufschwung verbessert sich auch die Konsumlaune. Vor allem die Verschönerung der eigenen vier Wände durch Renovierung und die Neuanschaffung von Möbeln stehen im Fokus. Das ergab der im Auftrag des Ban-

kenfachverbandes erstmals von der GfK Finanzmarktforschung erstellte Konsumentenkredit-Index, der aufbauend auf der jährlich durchgeführten Befragung von rund 2 000 Haushalten die künftige Kreditaufnahme vorhersagen soll (siehe dazu auch Beitrag Wacket auf Seite 40 ff.).

Die 55 im Bankenfachverband zusammengeschlossenen Kreditbanken rechnen nach den Worten des Vorstandsvorsitzenden Gerd Schumeckers daher für 2011 mit einem stabilen bis leicht steigenden Neugeschäft. 2010 kam nach dem Ausnahmejahr 2009 mit einem durch die Abwrackprämie ausgelösten Boom an Kfz-Finanzierungen der erwartete Einbruch, der allerdings nicht so dramatisch ausfiel wie zunächst befürchtet. Das Neugeschäft sank um knapp zehn Prozent auf 89,4 Milliarden Euro, wobei Kfz-Finanzierungen mit minus 13,8 Prozent auf 23,4 Milliarden Euro die Hauptursache waren.

Da Autos das wichtigste Finanzierungsgut der Mitglieder sind, zeigten sich auch in der klassischen Konsumfinanzierung mit einem Rückgang um 8,9 Prozent auf 32,4 Milliarden Euro deutliche Bremsspuren. Ohne die Kfz-Finanzierungen haben sich die Barkredite zur freien Verfügung um 1,4 Prozent auf 9,7 Milliarden Euro erhöht. Der gesamte Kreditbestand wuchs um 4,2 Prozent auf 125,2 Milliarden Euro.

Besser als erwartet haben sich auch die Kreditausfälle entwickelt, die im Schnitt bei unter zwei Prozent liegen. Laut Schufa wurden 97,5 Prozent aller Konsumentenkredite ordnungsgemäß bedient, in der Kfz-Finanzierung ist der Ausfall traditionell niedriger und rangiert unter einem Prozent. Allerdings kamen die Banken ihren Schuldnern entgegen, indem sie ihre Richtlinien überarbeitet haben und in Sachen Stundungen flexibler geworden sind. Beruhigung trifft wohl nicht ein. Da sich ausgehend von einem höheren Zinsniveau die Refinanzierung verteuern wird, können sich die Kreditnehmer schon auf steigende Kreditzinsen einstellen. **P.O.**