

bm-Blickpunkte

Naspa

Geordnete Verhältnisse

Stephan Ziegler sieht seine Naspa am liebsten als „ganz normale Sparkasse“. Ganz so gewöhnlich ist der öffentlich-rechtliche Finanzdienstleister aus der hessischen Landeshauptstadt aber nicht. Er hat acht Träger aus sechs Landkreisen und zwei kreisfreien Städten in zwei Bundesländern. Er muss sich im Rhein-Main-Gebiet dem Wettbewerb aller Großbanken, sehr erfolgreicher Volks- und Raiffeisenbanken sowie zweier weiterer Sparkassen stellen. Und er ist immer noch dabei, seine nicht immer ruhmreiche Vergangenheit aufzuarbeiten.

Zwar liest sich der verdreifachte Jahresüberschuss als zu gute Botschaft. Schließlich beträgt die Steigerungsrate gegenüber 2009 nur knapp 50 Prozent. Und schließlich resultiert dieser kräftige Anstieg ausschließlich aus einem spürbar niedrigeren Bewertungsergebnis. Der Zinsüberschuss ist leicht auf 246 Millionen Euro zurückgegangen, der Provisionsüberschuss blieb stabil, was in einem Jahr kräftiger Zurückhaltung der Anleger durchaus respektabel ist, und die Kosten haben sich nur durch zusätzliches Personal erhöht. Das alles führte zu einem Betriebsergebnis vor Bewertung, welches mit rund 77,5 Millionen Euro um rund 20 Millionen Euro niedriger ausgefallen ist als im Vorjahr. Damit kann man natürlich nicht zufrieden sein.

Allerdings hat die Naspa im Jahr 2010 die Reserven erheblich gestärkt und somit die Basis zur Erfüllung all der regulatorischen Vorschriften und für weiteres Wachstum frühzeitig gelegt. Und wenn da, wie bei den meisten anderen Sparkassen auch, nicht die Abschreibungen auf den Anteil an der ehemals sicherlich zu teuer erworbenen Landesbank Berlin in Höhe von 20,5 Mil-

lionen Euro gewesen wäre, es wäre auch 2011 wieder ein durchaus „normales“ Ergebnis gewesen.

In Fortsetzung ihres Weges hin zu einer typischen Sparkasse will die Naspa nun den Vertriebsansatz weiter nah am Kunden straffen und weiter professionalisieren. Dafür greift das Haus auf das Angebot der Finanz-Informatik zurück und will bis 2015 eine Standardisierung der Systeme erreicht haben. Des Weiteren soll die Bilanzsumme verkürzt werden, indem die 2005 im Zuge des Wegfalls der Gewährträgerhaftung aufgenommene Mittel bei Fälligkeit zurückzahlen. Um den Refinanzierungsbedarf zu decken, wird die Naspa, ähnlich wie die Taunus-Sparkasse und andere öffentlich-rechtliche Institute auch, Pfandbriefe ausgeben. 2012 sollen so frische Gelder in Höhe von 30 bis 40 Millionen Euro eingesammelt werden. Und wenn dann wie angekündigt die bisherigen Institutfarben Gelb und Blau auch noch der Vergangenheit angehören und die Naspa als letzte der großen Sparkassen im familieneigenen Rot strahlt, dann sind die geordneten Verhältnisse wieder ein Stück näher gerückt. **P.O.**

Onlinebanking

Höchstrichterlich

Nun steht es also höchstrichterlich fest. Kunden können für Missbrauchsschäden beim Onlinebanking in Haftung genommen werden, wenn das Sicherheitsverfahren der Bank auf dem aktuellen Stand ist und die Kunden sich fahrlässig verhalten haben. So hat es der XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs am 24. April dieses Jahres entschieden. Diese Nachricht ist für die Kreditwirtschaft zunächst einmal positiv, zeigt sie doch, dass die Risiken des Onlinebankings nicht mehr allein auf Sei-

ten der Anbieter liegen, sondern die Rechtsprechung eine gewisse Mitverantwortung der Kunden für die Sicherheit anerkennt.

Was das Urteil Banken und Sparkassen in künftigen Auseinandersetzungen mit zu Schaden gekommenen Kunden in der Praxis nutzt, ist allerdings durchaus fraglich. Im konkreten Fall, zu dem sich die Bundesrichter geäußert haben, ist die Sachlage vergleichsweise einfach: Hier hatte der Kunde auf der vermeintlichen Onlinebanking-Seite seiner Bank nach entsprechender Aufforderung zehn verschiedene i-TANs eingegeben, bevor er überhaupt Zugriff auf sein Onlinebanking bekam, und dann seine Transaktion mit einer weiteren TAN autorisiert. Diese Abfrage einer Vielzahl von Transaktionsnummern unabhängig von einer Transaktion, so die Richter, hätte den Kunden stutzig machen müssen. Insofern hat er fahrlässig gehandelt.

So einfach wird aber längst nicht jeder Fall liegen. Und seit Ende Oktober 2009 kann der Kunde überdies nur dann in Haftung genommen werden, wenn er nicht nur fahrlässig, sondern grob fahrlässig gehandelt hat. Das wird in einer Vielzahl der Fälle schwer nachzuweisen sein. Und letztlich muss jeder Fall individuell betrachtet werden.

Das BGH-Urteil wird den Banken also vermutlich nicht allzu viel nützen. Eines hat das Medienecho auf die Entscheidung aber vielleicht bewirkt: Der eine oder andere Kunde wird sich seiner Mitverantwortung für die Sicherheit vielleicht stärker bewusst werden und im Zweifelsfall auf eine Transaktion lieber zunächst einmal verzichten, um sich zuvor mit seiner Bank in Verbindung zu setzen. Jeder Missbrauchsfall, der sich dadurch verhindern lässt, ist zweifellos für beide Seiten ein Gewinn. Überschätzen sollte man diesen Effekt gleichwohl nicht: Denn der Schreck

über die „bankenfreundliche“ Entscheidung und mit ihm auch das Bewusstsein für die Eigenverantwortung des Kunden wird vermutlich recht bald wieder nachlassen. Die ING-Diba nutzt das Urteil denn auch gleich für ihr Marketing. Sie lässt wissen, dass ihre Kunden die zu Phishing- oder Pharming-Opfern wurden, generell von jeder Haftung freigestellt wurden. So vermeidet man imageschädliche Auseinandersetzungen von zweifelhaftem Nutzen und münzt die unangenehme Thematik in ein Serviceargument um. **Red.**

Investment

Erfolgsprämie ohne Erfolg

Wie lassen sich die Renditeziele des Anlegers mit den Einkommenswünschen der Fondsmanager in Einklang bringen? Auf diese Fragen geben einige Anbieter eine verheißungsvolle Antwort: Performance Fees. Mit den erfolgsabhängigen Gebühren bekommen Fondsmanager einen Anreiz, das ihnen anvertraute Vermögen aktiv und bestmöglich zu verwalten, wird den Investoren versprochen. Leider sieht die Realität ganz anders aus, wie jetzt das Analysehaus Scope beim Vergleich von 7748 Investmentfonds ermittelt hat.

Demnach haben Sondervermögen ohne erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile in den vergangenen drei Jahren im Durchschnitt eine jährliche Rendite von 10,5 Prozent erzielt, während Fonds mit Performance Fees nur 8,9 Prozent abliefern. Egal ob Renten-, Aktien-, Misch-, Geldmarkt-, Immobilien- und sonstige Fonds – stets schneiden Fonds mit erfolgsabhängiger Vergütung durchschnittlich schlechter ab. Mit mehr als zwei Prozent Renditeabstand pro Jahr sind die Unterschiede bei Misch- und Immobilienaktienfonds am größten.

Nach einer Erklärung für die Abweichungen muss nicht lange gesucht werden. Keinesfalls wirtschaften Fondsmanager mit Performance Fee schlechter, aber eben auch

nicht besser. Für die Motivierung der Manager erweisen sich erfolgsabhängige Gebührenbestandteile somit als untauglich. Weil die Performance Fees in der Regel zu den normalen Verwaltungsgebühren hinzugerechnet, Fixkosten aber nicht reduziert werden, zahlt der Anleger letztlich doppelt. Statt der versprochenen Überrendite bleiben nur höhere Kosten. **L.H.**

Assekuranz

Ran an die Fördertöpfe

Lange hatte sich die Assekuranz darum bemüht, jetzt darf sie endlich an die Fördertöpfe der KfW. Deren zinsgünstige Darlehen konnten bislang nur Banken und Bausparkassen vermitteln, inzwischen bieten aber auch die ersten Versicherer Baudarlehen der Förderbank an. Möglich gemacht wurde dies durch ein BaFin-Schreiben, das bereits im November 2011 verschickt wurde. Nach erfolgreicher Akkreditierung bei der KfW erschließen sich vor allem die Lebensversicherer ein neues Absatzargument für ihre Hypothekenkredite und haben ein zusätzliches Instrument der Kundenbindung zu Hand. Denn bei der Ansprache von Kunden, die ihre Immobilie finanzieren möchten, wirkt das Angebot staatlicher Förderkredite noch immer wie ein „Prädikat“ für den Finanzdienstleister.

Auch in der Vergangenheit wurden KfW-Darlehen von der Assekuranz in die Finanzierungsangebote eingebaut, doch bedurfte es dazu eines Bankpartners oder – soweit vorhanden – der eigenen Bausparkasse. Dies schränkte jedoch die Gestaltungsmöglichkeiten und damit das Eingehen auf Kundenwünsche erheblich ein. Entsprechend feiern die Versicherer die Möglichkeit, alles aus einer Hand anbieten zu können, als einen Schritt zu mehr Wettbewerbsgleichheit.

Gewiss war nur schwer zu begründen, warum KfW-Darlehen nicht auch über die Assekuranz angeboten werden sollten. Doch für die Assekuranz sind Baufinanzie-

rungen nur ein kleines Element im Anlageportfolio und entsprechend moderat ist die Regulierung. Im Gegensatz dazu sind Banken einem wesentlich strengeren Regime hinsichtlich Risikogewichtung und Eigenkapitalunterlegung unterworfen. Auch wenn sich die Einführung von Solvency II um ein halbes Jahr auf Mitte 2013 verschiebt, wird es für die Versicherer attraktiver, Immobilien zu finanzieren, statt zu kaufen – vor allem im aktuellen, langanhaltenden Niedrigzinsumfeld. Laut BaFin-Statistik ist jedoch der Bestand grundpfandrechtlich gesicherter Wohnungsbaudarlehen bei Erstversicherern binnen sieben Jahren um mehr als ein Viertel auf rund 50 Milliarden Euro gesunken. Damit reduzierte sich auch der Anteil im Anlageportfolio von etwa sechs auf derzeit noch 4,3 Prozent. **L.H.**

Direktbanken

Comdirect bemüht sich um Offlinekunden

Für die Comdirect Bank AG, Quickborn, war das erste Quartal dieses Jahres ein „Ertragsquartal“. Die Erträge erhöhten sich im Vergleich zum Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5,1 Millionen Euro, während der Aufwand nur um 0,8 Millionen Euro stieg. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 29,2 Millionen Euro um 18 Prozent über dem Wert des ersten Quartals 2011.

Dabei hat sich die Ertragsstruktur im Vergleich zu den ersten drei Monaten 2011 verschoben. Weil sich die damaligen Verwerfungen an den Märkten, die bekanntlich die Transaktionszahlen im Wertpapiergeschäft regelmäßig ansteigen lassen, 2012 nicht wiederholten, sank die Zahl der Trades um rund 100 000. Vor allem dadurch bedingt sank der Provisionsüberschuss im Vergleich zum Vorjahresquartal von 50,1 auf 44,2 Millionen Euro.

Beim Zinsüberschuss konnte die Bank dafür von den etwas höheren Zinsen zum Jahresende 2011 profitieren. Durch diesen

„Nachlaufeffekt“ stieg der Zinsüberschuss nach Risikovorsorge im Vergleich zum ersten Quartal 2011 um 8,8 Millionen Euro auf 41,9 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorquartal ist das immerhin noch ein leichter Anstieg um 1,6 Millionen Euro. Ausgehend vom aktuellen Zinsniveau wird sich dies aber wohl nicht fortschreiben lassen. Eine Hochrechnung des Quartalsergebnisses auf das Gesamtjahr verbietet sich deshalb.

Nicht zuletzt aus diesem Grund hat die Bank den Fokus zu Beginn dieses Jahres stärker auf Ertrag denn auf Wachstum gelegt, wenngleich man sich bewusst ist, dass die Comdirect in der Werbung „noch lauter werden“ müsse, um ihre nach wie vor beachtlichen Wachstumspotenziale ausschöpfen zu können, wie es Finanzvorstand Dr. Christian Diekmann formuliert. Für die Werbung gibt es deshalb kein festes Jahresbudget. Vielmehr werden Kampagnen in Abhängigkeit von der Geschäftsentwicklung gesteuert.

Trotz des Fokus auf den Ertrag ist die Direktbank in den ersten Monaten 2012 beachtlich gewachsen. Namentlich im B2B-Geschäft wurden zwei Marken genommen.

■ Die Zahl der Kunden überstieg erstmals die Grenze von einer Million (1,065 Millionen).

■ Und das dahinterstehende Kundenvermögen überschritt die Grenze von 20 Milliarden Euro (20,2 Milliarden).

Auf dem B2B-Geschäft liegt denn auch ein besonderes Augenmerk. Herkommend von einer reinen Fondsplattform will man zur echten B2B-Bank werden, nicht zuletzt durch die Realisierung von White-Label-Lösungen etwa für Versicherer, Medienunternehmen oder Versorger, die durch das Angebot von Bankprodukten ihre Kunden enger an sich binden wollen. Beispiele für solche White-Label-Lösungen sind Fondssparpläne der WWK, der Gothaer oder zuletzt der Generali, die be-

achtliche 2,6 Milliarden an Kundenvermögen beisteuerte.

Auch das klassische Direktbankgeschäft ist indessen kräftig weitergewachsen. Wachstumstreiber war mit 31 000 neuen Konten im Vergleich zum Jahresende das Girokonto, das Diekmann als vergleichsweise margenstarkes Produkt sehr willkommen ist. Doch auch beim Tagesgeld wurden 22 000 neue Konten eröffnet – trotz einer Zinssenkung um 25 Basispunkte. Das zeigt nach Einschätzung Diekmanns, dass die Kunden die 2010 eingeführte „Fair-Zins-Strategie“ honorieren, die auf Lockangebote verzichtet, dafür aber Neu- und Bestandskunden gleiche, faire Konditionen zusichert.

Nachholbedarf hat die Bank Diekmann zufolge noch in der Welt der bisherigen Offlinekunden. Um sie zu gewinnen, gilt es zum einen, bei der Website-Gestaltung den Spagat zwischen den detaillierten Anforderungen der aktiven Trader und der einfachen Benutzbarkeit zu leisten. Ein Komplett-Relaunch, so habe man es unlängst gelernt, sei deshalb der falsche

Weg. Graduelle Veränderungen seien grundsätzlich vorzuziehen.

Wichtig für diese Zielgruppe, die man den Filialbanken abwerben will, ist nicht zuletzt die Beratung. Hier ist sich Diekmann sicher, dass die Technologie das Beratungsangebot auch der Comdirect beflügeln wird. Seit dem Frühjahr 2011 hat die Bank die sogenannte Online-Live-Beratung im Angebot, bei der der Kunde dem Berater während des Telefonats gleichsam auf den Bildschirm schauen kann. Das Angebot wird inzwischen von rund jedem vierten Kunden genutzt, Tendenz steigend. Angesichts der positiven Resonanz wird seit Jahresbeginn 2011 ein noch weitergehender Service getestet: Die Videoberatung läuft im Pilotversuch. **Red.**

Direktbanken

DAB Bank: Konten werden wichtiger

In den Quartalszahlen der DAB Bank AG, München, macht sich der Unterschied zum

Geschäftsmodell der Comdirect, die einen Tag zuvor berichtete, deutlich bemerkbar. Denn während die Comdirect ihre operativen Erträge im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres um 6,1 Prozent steigern konnte, sanken sie bei der DAB Bank im gleichen Zeitraum um 1,8 Prozent. Beim Provisionsüberschuss sind beide Häuser schon eher vergleichbar. Er sank bei der Comdirect gegenüber den ersten drei Monaten 2011 um 11,8 Prozent, bei der DAB Bank um 14 Prozent. In der Summe der Erträge fehlt aber den Münchnern der Zinsüberschuss, der der Commerzbank-Tochter über den Rückgang der Trades aufgrund weniger volatiler Märkte hinweg half.

Das soll sich aber nun ändern. Die DAB Bank will sich zwar auch weiterhin auf die spitze Zielgruppe der wertpapieraffinen Kunden konzentrieren. Mit Blick auf wenig attraktive Marktphasen werden diesen aber auch Anlageprodukte wie Sparkonten, Termin- oder Festgelder angeboten, und im Sinn des „One-Stop-Shopping“ hat die Bank inzwischen auch ein Girokonto im Portfolio.

Die neue Kooperation mit dem ADAC, zu der freilich keine Zahlen veröffentlicht werden, trägt vermutlich zusätzlich dazu bei, die Bedeutung nicht nur der Depots, sondern auch der Konten für die Bank ansteigen zu lassen.

Erstmals weisen die Münchner deshalb zum Ende des ersten Quartals auch Kontozahlen aus, ohne diese allerdings weiter aufzugliedern. Immerhin 166 565 Konten führte die Bank Ende März 2012. Das entspricht einem Plus von 17,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal beziehungsweise 6,2 Prozent gegenüber dem Jahresende 2011. Die Anzahl der Depots ist im gleichen Zeitraum nur um 0,9 Prozent (Vorjahresquartal) gestiegen, im Vergleich zum Jahresende 2011 sogar um ein Prozent gesunken. Gut jeder Vierte (26,8 Prozent) der Depotkunden hat mittlerweile auch ein Konto bei der DAB Bank. Vor einem Jahr waren es noch 23,1 Prozent. **Red.**