

Privatkundengeschäft

Einlagenwettbewerb: Der Preis ist nicht alles

Der Wettbewerb um die Kundeneinlagen hat in den letzten Jahren zugenommen – und wird sich weiter verschärfen. Die Banken werben vor dem Hintergrund von Basel III und der erhöhten Liquiditätsanforderungen mit immer aggressiveren Konditionen. Denn selbst bei Zinsen über Marktniveau ist das Einlagegeschäft für viele eine günstige Refinanzierung.

Die ausländischen Banken haben das vergleichsweise früh erkannt und den Konditionenwettbewerb angekurbelt. 389,1 Milliarden Euro an Einlagen von inländischen Nichtbanken hatten die Auslandsbanken laut Bundesbank-Statistik am Jahresende in ihren Büchern. Das sind immerhin 11,3 Prozent des gesamten Einlagenbestandes. In die Karten schauen lassen sich die Institute aber nur ungern, wie zum Beispiel Money-You, eine Marke von ABN Amro, oder die VTB Bank (Austria) AG, Zweigniederlassung Deutschland, eine 100-Prozent-Tochter der mehrheitlich staatlichen russischen Bank VTB.

Fast regelmäßig sind es Anbieter mit ausländischen Wurzeln, die in Tagesgeld-Rankings die Spitzenplätze belegen. Aber auch deutsche Kreditinstitute bieten gute Konditionen an. Diese lohnen sich aber nur, wenn sie sich auch tatsächlich in höheren Einlagenvolumina widerspiegeln. Die vor allem von den Platzbanken, inzwischen aber sogar von den Direktbanken als Ärgnis im Wettbewerb empfundene Commerzbank hat 2011 im Inland ihre Einlagen um 802 Millionen Euro beziehungsweise um 1,2 Prozent erhöhen können. Vor dem Hintergrund der Senkung der Zinsen auf Tagesgeldkonten im Februar 2011 von zwei auf ein Prozent und der anschließenden Erhöhung Mitte 2011 auf 2,3 Prozent durch das Kreditinstitut kann das sicherlich nicht als zufriedenstellendes

Ergebnis gewertet werden. Denn die Bank ging nicht nur mit Lockzinsen auf Kundenzugang, sondern investierte pro neuem Girokunden 75 Euro (50 Euro Startguthaben und einen 25-Euro-Tankgutschein). Zum Vergleich hat die IKB, die erst vor einem Jahr in den Einlagenwettbewerb eingestie-

ist umso höher zu bewerten, wenn man berücksichtigt, dass die vollständig in der Deutschen Bank konsolidierte Postbank einen Rückgang um 3,24 Milliarden Euro an Einlagevolumen zu verzeichnen hat. Und das, obwohl die Bonner im Juni 2011 noch mit Rekordzinsen von 3,33 Prozent

Einlagenvolumen ausgewählter Kreditinstitute

	Einlagen 2010	Einlagen 2011	Differenz zum Vorjahr	Differenz
	in Milliarden Euro			in Prozent
Sparkassen	767,80	783,40	15,6	2,0
VR-Banken	506,69	524,12	17,43	3,4
PSD-Banken	17,25	17,42	0,18	1,0
Sparda-Banken	49,90	51,20	1,30	2,6
Deutsche Bank ^{*)}	229,00	235,00	6,00	2,6
davon Postbank	116,20	112,96	- 3,24	- 2,8
ING-Diba	82,20	85,90	3,70	4,5
Commerzbank (Inland)	66,14	66,95	0,80	1,2
Hypovereinsbank	108,49	107,44	- 1,05	- 1,0
DKB	29,81	32,84	3,02	10,1
Netbank	1,18	1,00	- 0,18	- 15,0
Comdirekt	10,37	10,72	0,36	3,4

^{*)} 2010 sind die Zahlen der Postbank konsolidiert

gen ist, mit Zinsen von 1,55 Prozent auf die Guthaben rund eine Milliarde an Einlagen dazugewonnen.

Dass die Höhe der Zinsen nicht immer ausschlaggebend ist, zeigt das Beispiel Deutsche Bank: Der Branchenprimus sammelte im vergangenen Jahr rund sechs Milliarden Euro frische Kundengelder ein, eine Steigerung um 2,6 Prozent. Da die Deutsche Bank traditionell weder im Tagesgeld noch im Spargeld-Bereich mit hohen Zinsen um die Einlagen wirbt, wird dieses Wachstum von der Bank auf die erfolgreiche Einlagekampagne zurückgeführt. Die entsprechende Werbung, in der das Festgeld mit einer Laufzeit von zwölf Monaten zu einem Zins von zwei Prozent beworben wurde, wurde unter anderem im Fernsehen vor der Tagesschau platziert. Der Zuwachs

auf Tagesgelder warben. Angesichts dessen kommen Zweifel auf, ob sich die guten Konditionen immer auszahlen. Ein gemischtes Bild bietet die Hypovereinsbank. Zwar gingen die Einlagen um rund eine Milliarde Euro oder ein Prozent zurück. Allerdings ist dies vor allem auf das Firmenkundengeschäft zurückzuführen. Betrachtet man nur das Segment Privatkunden/kleine und mittlere Unternehmen, kehrt sich dieser Trend um. Hier konnte die Bank um 4,65 Milliarden Euro oder 11,1 Prozent zulegen.

Sparkassen und Genossenschaftsbanken behaupten sich in diesem Wettbewerb ganz ordentlich. Zugelegt haben vor allem die Volks- und Raiffeisenbanken mit einem Anstieg um 3,4 Prozent, was in absoluten Zahlen dem Betrag von 17,427 Milliarden Euro entspricht. Nach prozentualem

Wachstum an zweiter Stelle (plus 2,6 Prozent auf 51,2 Milliarden Euro) liegen die Sparda-Banken und damit vor den Sparkassen, die ein Wachstum von zwei Prozent oder 15,6 Milliarden Euro bei den Kundeneinlagen verzeichneten.

Unter den Direktbanken hat vor allem die DKB richtig abgeräumt. Deren Kundeneinlagen erhöhten sich um über drei Milliarden Euro, was dem prozentual höchsten Anstieg um zehn Prozent entspricht. Der Zuwachs der Einlagen von Privatkunden von 10,7 Milliarden Euro 2010 auf 11,4 Milliarden Euro 2011 fällt mit 6,5 Prozent geringer aus. Diesen Anstieg erreichte das Kreditinstitut mit moderaten Zinsen für das DKB Cash Konto in Höhe von anfangs 1,65 Prozent und ab August 2011 2,05 Prozent. Die Netbank dagegen wollte, aufgrund der sehr niedrigen Zinsen an den Kapitalmärkten und der konservativen Anlagestrategie, bei marktfernen Zinsangeboten nicht mithalten und hat Einlagenrückflüsse um 15 Prozent (176 Millionen Euro) hingenommen.

Damit lässt sich feststellen, dass auch nicht das Konzept Direktbank oder Filialbank entscheidend ist. Sowohl bei den Direktbanken als auch bei den Filialbanken gibt es Gewinner und Verlierer. Hohe Tagesgeldzinsen der Direktbanken sind sicher attraktiv und können die Einlagenvolumina schnell wachsen lassen. Die Filiale hat jedoch längst nicht ausgedient, denn immer noch das meiste Geld lassen die Kunden als Sichteinlagen einfach und fast unverzinst auf den Girokonten bei den traditionellen Banken liegen. Mindestens genauso stark wie auf die Konditionen kommt es auf den Grad der Aufmerksamkeit an. Von daher kann es durchaus sinnvoll sein, in Werbekampagnen anstatt in hohe Zinsen zu investieren. **Red.**