

bm -Blickpunkte

Verbundstrategie

Spardas rücken näher an GAD

Immer besser hat sich die Gruppe der Sparda-Banken in den letzten Jahren in die genossenschaftliche Finanzgruppe integriert. Vorbei sind die Zeiten, in denen man regelmäßig über Ungleichbehandlung klagte, Auseinandersetzungen mit den örtlichen VR-Banken, mit denen die Spardas um die privaten Kunden konkurrieren, haben an Schärfe verloren. Der Verband der Sparda-Banken bezeichnet die Gruppe inzwischen als sehr gut im BVR vertreten – was sicher auch mit dem mittlerweile beachtlichen Gewicht innerhalb der Genossenschaftsorganisation zu tun hat.

Einzig in der Technik ist den Spardas ihre Sonderrolle bisher wichtig – so wichtig jedenfalls, dass man vor einigen Jahren die PSD-Banken als Kunden der Sparda Datenverarbeitung (SDV) zwar vielleicht nicht geradezu hinauskomplimentierte, aber doch auch nicht wirklich traurig über ihren Wechsel zu GAD war. Doch nun wird offenbar auch in der Technik ein neues Kapitel aufgeschlagen: Im Juli haben die Sparda Datenverarbeitung GmbH, Nürnberg, und die GAD eG, Münster, „einen gegenseitigen Austausch methodischer Ansätze und technischer Komponenten“ vereinbart. „Die GAD und die SDV werden gemeinsam Banken-IT-Anwendungen für eine größere Zahl von Genossenschaftsbanken verfügbar machen“, so Anno Lederer, der Vorstandsvorsitzende der GAD. Getrieben wird diese Kooperation primär von den immer neuen, komplexen gesetzlichen Anforderungen. Im ersten Schritt soll deshalb die Integration des FATCA-Moduls der GAD in die Systeme der SDV Kostenvorteile bringen.

Die Erfahrung zeigt: So fangen häufig Fusionen an. Zweifellos wäre eine Spekula-

tion über ein baldiges Aufgehen der SDV in der GAD verfrüht. Ganz abwegig scheint der Gedanke indessen auch nicht mehr. Schließlich hatte sich bei den steigenden Compliance-Anforderungen nicht zuletzt an die IT die Frage schon länger aufgedrängt, wie lange sich die Sparda-Banken noch ein eigenes Rechenzentrum leisten können und wollen. Fraglos hat die nur noch aus zwölf (wenn auch teilweise großen) Instituten bestehende Gruppe Charakteristika, die sich von den VR-Banken deutlich unterscheiden. Doch das gilt auch – und vielleicht sogar in stärkerem Maße – für die zum Teil ganz auf Direktvertrieb setzenden PSD-Banken. Und offenbar ist es der GAD gelungen, auch diese speziellen Bedürfnisse adäquat abzubilden. Zwingend notwendig ist eine separate Sparda Datenverarbeitung heute also nicht mehr. **Red.**

Baufinanzierung im Test

Was ist gute Beratung?

Wenn die Stiftung Warentest die Beratungsangebote von Kreditinstituten testet, ist das immer so eine Sache. Denn Kreditinstitute versprechen zwar stets die Einhaltung von Beratungsstandards, sprich dass die Beratung unabhängig vom Berater ein bestimmtes Qualitätsniveau einhalten solle. Doch ist eben das schwierig und eigentlich nur dann möglich, wenn der Beratungsprozess so weit von der IT gegängelt wird, dass die Unterschiede in der Kompetenz und Persönlichkeit der einzelnen Berater dadurch wettgemacht werden – dies dann zulasten der Individualität und der Möglichkeiten, auf den einzelnen Kunden einzugehen. Dies muss man vermutlich auch bei der Bewertung der Baufinanzierungsberatung in der Juli-Ausgabe der Zeitschrift Finanztest im Hinterkopf behalten, bei der Banken und Sparkassen insgesamt so schlecht abschnitten, dass dies die Deut-

sche Kreditwirtschaft zu einer Stellungnahme veranlasste.

Zweifellos sind Finanzierungsvorschläge, bei denen die monatlichen Kosten aus Kreditraten und Bewirtschaftungskosten die finanzielle Tragfähigkeit der Kunden übersteigen, unangemessen. Dass Bauherren die Nebenkosten ihres neuen Heims nicht in die Betrachtung einbeziehen, kommt vor. Dann ist es Aufgabe des Beraters, darauf hinzuweisen. Unterbleibt dieser Hinweis, kritisieren die Verbraucherschützer das zu Recht. Wenn die empfohlene Kreditsumme für den geplanten Kauf gar nicht reicht, muss das hingegen nicht unbedingt ein Mangelkriterium sein: Hier wurde der dem Kunden verbleibende finanzielle Spielraum vermutlich schlicht vorsichtiger kalkuliert – und die Empfehlung, die Kreditsumme (sprich auch die Wünsche an die zu erwerbende Immobilie) zu reduzieren, muss nicht unbedingt ein Fehler sein. Sie ist jedenfalls besser als wenn der Kunde sich finanziell übernimmt, was letztlich in einer Zwangsversteigerung enden kann.

Auch eine aus Sicht der Verbraucherschützer zu hoch angesetzte Kreditsumme ist teilweise nachvollziehbar, wie die Deutsche Kreditwirtschaft argumentiert. Denn jeder, der bereits gebaut oder in größerem Stil renoviert hat, weiß, dass immer wieder Zusatzausgaben auftauchen, die zuvor nicht eingeplant waren. Eine etwas großzügiger zugeschnittene Finanzierung ist dann eine echte Hilfe. Aus dem gleichen Grund kann es auch durchaus sinnvoll sein, nicht alle Eigenmittel in die Finanzierung einzurechnen – schließlich will das neue Eigenheim anschließend auch eingerichtet und ausgestattet sein. Auch dafür sollte ein gewisser Spielraum zur Verfügung stehen.

All das zeigt: Was eine „gute“ Beratung ist, kann durchaus unterschiedlich bewertet werden. Ein Kunde, der nur auf die mög-

lichst niedrige monatliche Rate schaut, kann das völlig anders sehen als derjenige, der etwa auf finanzielle Puffer Wert legt – auch wenn er dafür länger braucht, um seine Finanzierung abzuzahlen.

Dass es bei der Stichprobe auch Mängel gab und in der Praxis immer Mängel geben wird – unbestritten. Dieses Risiko wird es immer geben, wo man es mit Menschen zu tun hat. Und dass etwa ein Berater trotz telefonischer Terminvereinbarung nicht zur Verfügung steht, wie es offenbar mehrmals vorkam, das geht gar nicht. Solche organisatorischen Fehler sind aber auch die, die am leichtesten zu beheben sein sollten. **Red.**

Privatkundengeschäft

Amazon mit Banking-Potenzial

Jeder vierte Bankkunde in Deutschland könnte sich sehr gut oder gut vorstellen, über Amazon auch Finanzdienstleistungen abzuwickeln, wenn das Unternehmen sein Angebot auf den Bankbereich ausdehnen würde. Zu diesem Ergebnis kommt die Puls Marktforschung GmbH im Puls Finanzmonitor Juni 2013. Damit liegt Amazon deutlich vor Microsoft (13 Prozent), Apple (elf Prozent), Google (zehn Prozent) und Facebook (sechs Prozent). Auf die Frage nach dem Vertrauen in die abgefragten Unternehmen als bankfremde Anbieter von Finanzdienstleistungen sind die Werte etwas geringer. Doch auch dort liegt Amazon mit einer Quote von 23 Prozent, die sehr hohes oder hohes Vertrauen hätten, noch deutlich an der Spitze. Eine „Amazon Bank“ wäre also nicht ohne Marktchancen.

Die Abfrage nach dem Vertrauen in Banken relativiert diese Werte jedoch wieder: Hier schneiden die Spardas mit 91 Prozent (sehr großes Vertrauen 53 Prozent, großes Vertrauen 38 Prozent) am besten ab. Doch selbst die Targobank, für die mit 39 Prozent (elf Prozent sehr hohes, 28 Prozent hohes Vertrauen) der schlechteste Wert ermittelt

wurde, schlägt den potenziellen Mitbewerber Amazon noch um Längen.

Auf diesen Lorbeeren kann man sich freilich nicht ausruhen. Denn bei der Vertrauensfrage hat ein etablierter Finanzdienstleister vermutlich immer die besseren Karten als ein potenzieller Neueinsteiger. Immerhin kommt auch Paypal auf 53 Prozent Zustimmung in den Top-Boxen, wird also von jedem fünften Bankkunden als sehr vertrauenswürdig und von fast jedem Dritten als vertrauenswürdig eingestuft. **Red.**

Regulierung

Dispo im Wahlkampf

Das ganz große Wahlkampfthema ist das Stichwort Bankenregulierung in diesem Jahr nicht (mehr). Das heißt freilich nicht, dass die Parteien in ihren Wahlkampfprogrammen nicht auch neuerliche Vorstöße in dieser Richtung thematisieren würden. Im Großen sind sich die Parteien im Wesentlichen einig: Insgesamt muss die Kreditwirtschaft stärker an die Kandare genommen werden, um eine neuerliche Finanzkrise zu verhindern. Dabei stehen die Großbanken stärker im Mittelpunkt als die Sparkassen und Genossenschaften, deren Geschäftsmodell sich der Sympathie der Politik jeglicher Couleur erfreut, wenngleich

mit unterschiedlicher Ausprägung. So will Die Linke Großbanken „vergesellschaften“ und alle Kreditinstitute analog zu den Sparkassen auf das Gemeinwohl verpflichten. Bündnis 90/Die Grünen planen eine „Größenbremse“ für Kreditinstitute in Form eines wirtschaftlichen Anreizes zu schrumpfen, und sie wollen Kleinstbanken von bürokratischen Anforderungen entlasten. Die Sozialdemokraten wollen vor allem die Genossenschaftsbanken fördern. Auch hier stehen „Erleichterungen für Kleinstgenossenschaften“ im Wahlprogramm.

Einig ist man sich schließlich auch darin, Kreditinstitute stärker in die Verantwortung zu nehmen, wenn es ums Thema Steuerflucht geht. Vor allem beim Verbraucherschutz scheiden sich jedoch die Geister – Ausnahme: das Girokonto für Jedermann, das sich nahezu in jedem Wahlprogramm wiederfindet.

Einzig die Liberalen scheinen der Ansicht zu sein, dass die Regulierung des Privatkundengeschäfts ausreicht. Die FDP schreibt in ihrem „Bürgerprogramm“: „Wir trauen den Verbrauchern etwas zu. Nicht der Staat, sondern allein der Verbraucher entscheidet, welche Produkte er kauft und welche nicht“.

Damit stehen sie freilich ziemlich allein da. Schon bei der CDU wird das Thema

Banken und Verbraucherschutz deutlicher konkretisiert: Produktinformationsblätter und Beratungsprotokoll sollen im Hinblick auf die praktikable Handhabung überprüft und mit Verbesserungen für Anleger weiterentwickelt werden. Bei der staatlich geförderten privaten Altersvorsorge sollen die Verwaltungskosten wirksam begrenzt werden. Außerdem soll die Einführung der Honorarberatung vorangetrieben werden. Beim Thema Dispokredit wollen die Christdemokraten Banken verpflichten, Kunden einen „Warnhinweis“ zu geben. Und sie wollen ein Vergleichsportal einrichten, „damit Kunden auf einen Blick alle wesentlichen Informationen über Bankgebühren erhalten“.

Bei der SPD gilt das Dogma: Kein Finanzprodukt darf in Zukunft unreguliert sein. Der „Abzocke durch Banken“ wollen die Sozialdemokraten einen Riegel vorschieben. So soll die Kreditwirtschaft beim Online-Banking zu einer sicheren Abwicklung ohne Mehrkosten verpflichtet werden, was letztlich nichts anderes heißen kann als dass Geräte wie TAN-Generatoren grundsätzlich gratis abgegeben werden müssen. Beim Kontokorrentkredit sollen „angemessene Dispozinsen in Höhe von maximal acht Prozent über Basiszinssatz“ gesetzlich sichergestellt werden. Und die Kundenentgelte für Bargeldabhebungen an den Automaten von Drittanbietern will die SPD auf maximal zwei Euro begrenzen, wobei offen bleibt, weshalb ein gesetzlich festgelegter Höchstbetrag, der sich dann vermutlich als Festpreis durchsetzen wird, besser sein soll als einer, auf den sich die Branche selbst einigt.

Bündnis 90/Die Grünen wenden sich unter dem Stichwort „Verbraucherschutz für alle“, gegen „Banken, die tricksen“, bleiben ansonsten aber vergleichsweise vage. Wie ihr Wunsch-Koalitionspartner SPD wollen sie „Dispowucher durch einen Zinsdeckel verhindern“, der allerdings nicht näher konkretisiert wird. Nach den Vorstellungen der Linken sind „Dispozinsen auf höchstens fünf Prozent oberhalb des Zentralbankzinssatzes zu begrenzen“. **Red.**

Sponsoring

Bedenkenträger

Immer häufiger kommt es vor, dass Sponsoring-Engagements im Sport in die öffentliche Kritik geraten. Das musste beispielsweise der FSV Frankfurt erfahren, dessen Fans sich teilweise vehement gegen einen Vertrag mit der Brauerei Licher aussprachen, weil Bierwerbung im Fußballstadion mit Rücksicht auf die Jugend nichts zu suchen habe. In anderen Fällen richtete sich die Kritik auf Inhalte, Größe oder Platzierung von Werbebannern von Sponsoren.

Kam der Widerstand bisher in aller Regel vonseiten der Fans, so könnte das Thema bald eine neue Qualität erreichen: Papiss Cissé, Stürmer des Fußballklubs Newcastle United, soll sich geweigert haben, Trikots mit dem Logo des neuen Sponsors seines Vereins zu tragen. Das ist nämlich der Online-Kreditanbieter Wonga.com. Und dessen Dienstleistungen seien nun einmal unvereinbar mit den Vorgaben des Islam. Schließlich verbiete es die Sharia Muslimen, vom Geldverleih zu profitieren. Cissé ist nicht der erste Fußballer, der so argumentiert. Im Jahr 2006 hatte Frederic Kanouté vom FC Sevilla es abgelehnt, das Logo des Internet-Wettanbieters 888.com zu tragen, und der südafrikanische Cricketspieler Hashim Mahomed Amla setzte es 2004 durch, dass Sponsorenlogos von Alkoholproduzenten von seinem Trikot entfernt wurden.

Solange solche Vorkommnisse Einzelfälle bleiben, mag das für die Sponsoren noch angehen. Eine Sonderregelung für einzelne Spieler ist dann immer noch besser als eine langwierige, öffentlich ausgetragene und in den sozialen Medien breit geführte Diskussion. Grundsätzlich werden Unternehmen aus den für solcherlei Bedenken infrage kommenden Branchen – und die Finanzdienstleister zählen dazu – die Entwicklung aber im Auge behalten müssen. Denn wenn künftig immer mehr Sportler mit neutralen Trikots auflaufen sollten, dann wird das Trikotsponsoring für die Geldgeber

uninteressant. Mehr noch: Es könnte sich als kontraproduktiv erweisen. Denn dann würde vermutlich die Frage beantwortet werden müssen, warum dies so ist. Und die Erklärung, dass ein Teil der Sportler moralische Bedenken gegen den Spon-

sor angemeldet habe, ist bestimmt nicht imagefördernd. Bei neuen Verträgen wird man künftig also vielleicht dazu übergehen müssen, im Vorfeld abzuklären, wie viele Spieler denn tatsächlich mit dem Logo des Trikotsponsors auflaufen werden. **Red.**