

Bonitätsabhängige Konditionen im Ratenkredit. Pro und Contra



Bei Verbraucherschützern und Wettbewerbshütern sind bonitätsabhängige Kreditkonditionen in die Kritik geraten: Dass bonitätsschwächere Kunden höhere Zinsen zahlen müssen als andere, gilt als ungerecht. Und die Werbung mit Zinssatz und Sternchen wird als irreführend empfunden. Gute Argumente gibt es sowohl für einheitliche als auch für differenzierte Preise. Marketingargumente sprechen für einheitliche Konditionen. Zur Neukundengewinnung setzt deshalb etwa die Citibank auf den Einheitspreis. Auch lassen sich die Hauptursachen für Zahlungsstörungen – Arbeitslosigkeit und Scheidung – im Scoring nicht erfassen. Und dem Überschuldungsrisiko wirkt man sicher besser entgegen, indem man bonitätsschwachen Kunden den Kredit versagt, als indem man sie höhere Zinsen zahlen lässt. Risikodifferenzierte Konditionen dagegen erleichtern dieser Kundengruppe den Zugang zum Kredit. Auch vermeidet man so, verstärkt schlechte Risiken anzuziehen. Die Akzeptanz risikoorientierter Konditionen beim Kunden ist aus Sicht von Creditplus besser als erwartet. Und für das Problem der Vergleichbarkeit von Angeboten scheint sich eine Art Privatkunden-Rating zu entwickeln. Red.

„Risikoorientierte Zinsmodelle: Akzeptanz besser als erwartet“

Von Jan W. Wagner, Vorstandsvorsitzender, Credit Plus Bank AG, Stuttgart ■ Was in der Versicherungsbranche und in den USA schon lange üblich ist, setzt sich nun auch im deutschen Konsumentenkreditmarkt durch: Pauschalpreise rücken zunehmend in den Hintergrund. Stattdessen orientiert die Mehrheit der Anbieter ihre Preise am individuellen Kreditrisiko des Kunden. Zinsangebote an den Endverbraucher sind durch das kleine Wort „ab“ mit Bonitätshinweis gekennzeichnet. Auch die Credit Plus Bank musste erkennen, dass der

in der Vergangenheit praktizierte Portfolio-risikoansatz beim Endverbraucher immer weniger Akzeptanz fand, so zum Beispiel im Rahmen der Aktion „Volkskredit“ zu einem fairen Einheitszinssatz in Zusammenarbeit mit der Bildzeitungsgruppe.

Gefahr der negativen Preisauslese

Zudem bestand auch die Gefahr einer negativen Preisauslese. In einem Markt, in dem die meisten Anbieter ihre Preise risi-

koorientiert gestalten, läuft der Anbieter von Einheitszinssätzen Gefahr, dass Kunden, die wegen unterdurchschnittlicher Bonität bei anderen Banken Angebote mit hohen Endzinsen erhalten, auf das günstigere, nicht-risikoorientierte Preisangebot eingehen. Umgekehrt werden Kunden mit sehr guter Bonität auf die verhältnismäßig günstigeren Zinsangebote anderer Banken eingehen.

Akzeptanz besser als erwartet

Die Credit Plus Bank hat aufgrund dieser Überlegungen letztes Jahr – zunächst im Filialgeschäft – risikoorientierte Preismodelle eingeführt. Vorausgegangen waren intensive Diskussionen mit unseren Mitarbeitern im Vertrieb. Denn der Verkauf eines individuellen Zinssatzes erfordert – zumindest in der Anfangsphase – einen höheren Argumentations- und Beratungsaufwand beim Endkunden, der nicht selten die im Angebot genannte „ab“-Kondition erhalten möchte, seine individuelle Bonität also in die beste Risikoklasse einstuft. Die Einführung der neuen Zinsmodelle haben wir daher mit umfangreichen Schulungen für unsere Mitarbeiter begleitet.

Die ersten Monate mit risikoorientierter Preisgestaltung haben uns jedoch gezeigt, dass die Verbraucher dieses Zinsmodell in höherem Maße annehmen, als von uns zunächst vermutet. Denn schließlich ist es gerechter, wenn jeder Kreditkunde den

Preis zahlt, der seiner Bonität entspricht und nicht einige Kreditnehmer zu viel zahlen und damit die Kunden mit schlechterer Bonität quersubventionieren.

Dies bedeutet nicht, dass Verbraucher mit schlechteren Bonitäten keinen Kredit mehr bekommen. Vielmehr erhalten sie zu dem ihrem individuellen Risiko angemessenen Preis häufig verbesserte Zugangsmöglichkeiten zu Kredit. Bei einem Einheitszinssatz müssten sie eher mit einer negativen Kreditentscheidung rechnen.

Auch im Internet risikoorientierte Preise

Aufgrund unserer positiven Erfahrungen im Filialvertrieb haben wir mittlerweile auch bei Online-Krediten risikoorientierte Zinsmodelle eingeführt. Hier erfordert dies natürlich eine besonders sensible Kommunikation mit dem Endkunden, der eine höchstmögliche Transparenz im Internet gewohnt ist und innerhalb weniger Minuten verschiedene Angebote vergleichen möchte. Für ihn wird es deutlich zeitaufwändiger, den für ihn günstigsten Zinssatz jeweils über vollständige Kreditanträge bei verschiedenen Banken abzufragen.

Mehrere solcher Anfragen haben in der Vergangenheit teilweise den eigenen Scoringwert bei der Schufa verschlechtert, was unter Umständen dazu führen konnte, dass eine Bank bei der nächsten Kreditanfrage einen höheren Zinssatz errechnete. Mit der Einführung des neuen Schufamerkmals „Konditionenabfrage“ dürfte dieses Thema jedoch in den nächsten Monaten an Brisanz verlieren.

Auf dem Weg zum Privatkundenrating

Ansätze zur Verbesserung der derzeit aus Sicht des Endverbrauchers weniger transparenten Konditionssituation sind in zwei Richtungen zu erkennen:

■ Zum einen entstehen Konditionsvergleichsplattformen, die auch die relevanten

Bonitätsdaten des Anfragenden mit einbeziehen. So kann über die einmalige Erfassung dieser Daten unter mehreren Anbietern das für den Verbraucher beste Angebot abgefragt werden.

■ Zum anderen zeigt der Konsumenten-kreditmarkt in den USA, der bereits eine ähnliche Entwicklung durchlaufen hat, einen möglichen Lösungsansatz auf: Hier erstellen landesweite Rating-Agenturen – teilweise in Zusammenarbeit mit Kreditbanken – auf Wunsch und zum großen Teil kostenlos ein individuelles Rating für jeden Endverbraucher auf Basis einheitlicher Standards. Dem individuellen Kreditrating können dann sehr transparent

„Bonitätsabhängige Konditionen führen zu kundenindividueller Gerechtigkeit“

Theophil Graband, Vorstandsvorsitzender Team-Bank AG ■ In der Öffentlichkeit wird häufig über das Pro und Kontra bonitätsabhängiger Preise diskutiert. Unter dem Strich profitieren insbesondere die Kreditinteressenten von den kundenindividuellen Konditionen. Sie genießen aufgrund ihrer individuellen Bonität mehr Konditionsgerechtigkeit und müssen nicht mehr unterschiedliche Kreditrisiken anderer Kunden mit einem Einheitszins mitfinanzieren. Es entscheidet nicht der erste Eindruck, den der Kunde im Beratungsgespräch auslöst, über die bonitätsabhängigen Preise, sondern die individuell per Scoring prognostizierte Rückzahlungsfähigkeit des gewünschten Kredits.

Der neue, konstruktive Dialog zwischen Kreditwirtschaft und Verbraucherschützern zeigt hierbei in die richtige Richtung. Das sachbezogene Gespräch über ideologische Grenzen hinweg hilft bei der gemeinsamen Suche nach weiteren Verbesserungen. Aber schon jetzt kann aufgrund der ausgeprägten Differenzierung das Vorurteil „Wer weniger verdient, muss mehr zahlen“ nicht mehr gelten. Denn bonitätsabhängige Konditionen sind mittlerweile ein etab-

entsprechende Zinsangebote von Kreditbanken zugeordnet werden. Das Besondere ist, dass diese Entwicklung durch die freien Marktkräfte und nicht durch aufsichtsrechtliche Eingriffe erreicht wurde.

Für die Credit Plus Bank bietet die bonitätsorientierte Preisgestaltung in jedem Fall die Möglichkeit, ihre Risiko noch exakter zu steuern und wettbewerbsfähige Angebote zu machen.

Oberste Prämisse ist und bleibt für uns jedoch die verantwortungsvolle Kreditvergabe. Mit anderen Worten: Wir verkaufen nur rückzahlbare Kredite – auch mit risikoorientierten Preismodellen.

liertes und bewährtes Instrument, um die Qualität des Kreditgeschäfts aus Kundensicht zu optimieren und zu mehr kundenindividueller Gerechtigkeit zu kommen. Sie sind aber auch für ein Kreditinstitut ein wichtiges Werkzeug, um – neben den gesetzlichen Anforderungen – die Qualität des Risikos aktiv zu steuern und zu verbessern.

Scharfer Wettbewerb setzt Konditionsgestaltung Grenzen

Die systemische Begründung kundenindividueller Preise resultiert aus der unternehmerischen Freiheit und Verantwortung, sein Risiko des Kreditgeschäfts verantwortungsvoll zu steuern. Den Spielraum der Handels- und Vertragsfreiheit nutzen die Geldinstitute mit Verantwortung, auch wenn trotzdem keine Kredite an zum Beispiel als bedürftig definierte Gruppen zu einem „politischen Preis“ verkauft werden können. Neben der Eigenverantwortlichkeit der Kreditwirtschaft verhindert zudem der scharfe Wettbewerb, der auch der Preisgestaltung enge Grenzen setzt, Auswüchse in der Konditionsgestaltung. Angesichts der All-

Konditionenwerbung

Spargeld: Sternchen, Seiten, Kleingedrucktes ...

Prof. Dr. Heinz Christian Hafke, Frankfurt, schreibt der Redaktion: Der vorsichtige Verbraucher kennt das: Hüte Dich vor dem Kleingedruckten, vor Fußnoten und vor (kaum sichtbaren) Sternchen hinter Angeboten. Lange Zeit galt das für weniger angesehene Branchen. Der Kunde tappte dort in eine Falle: Meist waren es Fußangeln zum Gewährleistungsausschluss, Haftungsausschluss, Leistungsausschluss oder zur Leistungsbegrenzung. Nun findet man solche Fallen auch zunehmend im breiten Privatkundengeschäft der Kreditinstitute. Leider. Denn nicht jeder Bankkunde schaut genau hin, nicht jeder verfügt über eine – selbst zu bildende – Gesamtschau des Leistungsangebots für bestimmte Produkte. Es bedarf gar nicht des Leitbildes des armen alten Mütterchens. Mindestens ebenso wichtig erscheinen junge Menschen die ein wachsendes Kundenpotenzial generieren.

Beispiel (es gibt mehr davon als vermutet): Spargeld. Vor dem Rezensenten liegt der mehrblättrige Prospekt einer Traditionsbank. Seriös aufgemacht. Handfeste Zahlen wiedergebend – so scheint es. Weiß man, dass sich der Sparer derzeit mit 1,75 Prozent im Regelfall begnügen muss, dann erscheint das Versprechen, fast mehr als das Zweieinhalbfache an Zins zu zahlen, verlockend.

Aber schon bei diesem Zinssatz auf der ersten Seite erscheint ein Sternchen. „Siehe Rückseite“ heißt es dazu. Die Rückseite verweist wieder mit Sternchen auf „siehe Rückseite“. Da sie aber selbst schon die Rückseite ist, meint sie wohl die „letzte Seite“. In der Tat – es ist die Seite zehn des Prospekts – werden dort einige ergänzende Hinweise gegeben. Sie bestärken die Vermutung, jedenfalls vor dem Abschluss der auf maximal sechs Monate

beschränkten festen Zinslaufzeit bleibe dem Sparer eine Änderung des ermittelten Zinssatzes erspart.

Aber zurück zur Seite zwei. Der stattliche Endzins pro Jahr besteht aus drei Komponenten: dem Basiszins, dem Vierteljahres-Bonus und dem Extra-Bonus. Die beiden ersten Zinsbestandteile erscheinen wiederum mit einem Sternchen. Kleingedruckt vermerkt der Prospekt – wir sind dann bereits auf Seite vier –, dass Zinssatz und Bonus variabel sind. Lediglich der Extra-Bonus von einem Prozent wird garantiert. Das erfährt der Kunde dann auf Seite fünf. Und was ist im Übrigen davon zu halten, wenn ein „solider“ Basiszins versprochen wird – der dann aber doch (natürlich gegebenenfalls auch nach unten) abgeändert werden kann? Übrigens: Wann? Was ist erst recht davon zu halten, wenn der Bankkunde im Ungewissen bleibt, nach welchen Vergleichsgrößen sich die variable Verzinsung richtet, sofern angepasst werden muss?

Verweise niemand auf ein „Beratungsgespräch“. Denn darauf richtet sich der Prospekt gar nicht. Unser Prospekt enthält am Ende ein Formular, mit dem die Dinge schriftlich an die Bank herangetragen werden. Es kommt also gar nicht mehr zum Beratungsgespräch.

Verantwortlich für das Papier ist, wie in solchen Fällen üblich, das Kommunikationsressort des Bankhauses. Eventuelle Missverständnisse wird dieses der Fachsparte anlasten und diese wiederum der Kommunikation. Vielleicht sollten alle Beteiligten an solchen Angeboten sich im Klaren darüber sein, dass am Markt für Finanzdienstleistungen andere Erwartungen gehegt werden als auf Jahrmärkten mit Marktschreibern.

täglichkeit der Konsumfinanzierung auf Kredit ist an dieser Stelle auch noch einmal auf die Freiwilligkeit einer Entscheidung der Kreditkunden hinzuweisen.

Vor diesem Hintergrund hat die Team-Bank AG als eines der ersten Institute das kundenindividuelle Pricing auf Grundlage eines sogenannten Scoring eingeführt. Dieses Verfahren, das auf mathematisch-statistischen Methoden beruht, hat die Kreditentscheidung nach individuellen Maßstäben eines Bankberaters zu Recht abgelöst. Denn das fachliche Urteil eines Bankers wird nicht nur von Ausbildung und Erfahrung beeinflusst, sondern bewusst oder unbewusst auch von persönlichen (Risiko-) Präferenzen oder Sympathien – Einflussgrößen, die im Scoring-Verfahren eliminiert sind.

Bedeutung der Eigenverantwortung vielfach unterschätzt

Gute Bonität bedeutet aber nicht, reich zu sein. Genauso wenig lässt sich begründet der Umkehrschluss ziehen. Vielmehr wird die Gesamtsituation eines Kunden mit seiner Beschäftigung und seinem bisherigen Zahlungsverhalten berücksichtigt. Nimmt es ein Kunde mit den Rechnungen eines Versandhauses häufig nicht so genau, stärkt das nicht gerade das Vertrauen in sein künftiges Zahlungsverhalten. Überhaupt wird die Bedeutung der Eigenverantwortung für die persönliche Bonität vielfach unterschätzt.

Stattdessen wird in der Diskussion gern auf Faktoren verwiesen, die ein Kunde nur schlecht beeinflussen kann, etwa die Höhe des Einkommens. Nur wer besonders gut verdient, denken manche, verfüge auch über eine passende Bonität, um sogenannte Top-Konditionen zu erreichen. Die Realität des kundenindividuellen Pricings sieht anders aus. Auch Kunden mit einem geringen Einkommen erhalten einen Zinsvorteil, wenn das Gesamtbild stimmt. Hier fließt eben nicht nur die Beschäftigungssituation, sondern auch das Zahlungsver-

halten und die persönliche Kreditgeschichte mit ein.

Einkommen und Wohnort mit geringem Einfluss auf das Scoring

So stimmt es auch nicht, dass Kunden durch ein sogenanntes „redlining“ – die Kreditablehnung aufgrund eines ungünstigen Wohnumfeldes – vom Kreditgeschäft ausgegrenzt würden. Diese häufig geäußerte Vermutung ist zwar eingängig, aber in dieser Kausalität unzutreffend. Die Team-Bank AG nutzt die persönlichen Daten eines Kunden – die er im Beratungsgespräch angibt und ergänzt sie durch externe Datenlieferanten, wie die Schufa, um aus dem bekannten Zahlungsverhalten eines Kunden die Wahrscheinlichkeit eines problemlosen Kreditgeschäfts zu prognostizieren.

Die Höhe des Einkommens oder etwa der Wohnort haben keine dominante Funktion. Das ist keine Maßnahme gegen den Kunden, sondern aktiver Verbraucherschutz, weil Konsumenten vor einer zu hohen Belastung geschützt werden.

Aus der Praxis ist bekannt, dass Kreditkunden bei Kreditwünschen ihre finanzielle Leistungskraft im Beratungsgespräch

gern auch mal überschätzen. Neben mehr kundenindividueller Gerechtigkeit profitieren aber auch Kunden von der Systematik, die in der Welt des Einheitszinses mangels der Differenzierungsmöglichkeiten keinen Zugang zu einem Kredit hatten. Dieses Verfahren ist uns Kunden übrigens bestens aus der Versicherungsbranche bekannt, etwa bei der Kfz-Haftpflicht ist der individualisierte Prämienpreis bereits die Norm.

Neben der Objektivierung der Kreditentscheidung bei gleichzeitiger Individualisierung der Entscheidung profitieren Kunden von beschleunigten Entscheidungsprozessen. Wartezeiten aufgrund umständlicher bürokratischer Prozesse im Hintergrund verbessern nicht die Qualität einer Entscheidung, sondern sind Ausdruck einer vielfach ignorierten Kundenorientierung. Zudem leistet die systemgestützte Analyse für bonitätsabhängige Preise auch einen wichtigen Beitrag zur Risiko- beziehungsweise Kostenminderung durch eine gesenkte Rate der Fehlklassifikation. Hiervon profitieren sowohl der Kunde als auch das Kreditinstitut durch minimierte Überschuldungsgefahr beziehungsweise durch maximierte Risikosteuerung.

Die Individualisierung der Konditionen hat dazu geführt, dass sich die Team-Bank

von der sogenannten aggressiven Preiswerbung verabschiedet hat. Denn die gewohnten Konditionsvergleiche in den Medien konnten den Kreditinteressenten letztlich keine befriedigende Auskunft über die Attraktivität eines Anbieters geben. Das ist aber kein Schritt in die Intransparenz, denn der Verbraucher soll und muss das für ihn passende Angebot durch Vergleiche finden. Deshalb wurde frühzeitig das Schufa-Merkmal zur konditionsneutralen Anfrage in das Scoring integriert, um auch die systemischen Voraussetzungen zu schaffen.

Allerdings ist es ein Irrtum zu glauben, allein der Preis sei das einzige Unterscheidungsmerkmal zwischen den Anbietern. Produktgestaltung – exemplarisch ist hier der Easy Credit mit Sicherheitsgurt zum Schutz vor Insolvenz zu nennen – Beratungsqualität, zielgruppenspezifisches Ambiente, Image aber auch die Entscheidungsqualität des Scorings machen den Unterschied aus.

Die vielfach noch anzutreffende Unwissenheit zu den Themen kundenindividuelles Pricing und Scoring erschweren den sachlichen Austausch. Gleiches gilt, bei fortgeführter Diskussion, auch für die Ursachen von Überschuldung. Hier aber stehen alle Seiten in der Pflicht, mehr zur Transparenz und Sachlichkeit beizutragen.

„Bonitätsabhängige Konditionen sind effizienter und gerechter“

Von Christina Rüping, Direktorin Kredit und Girokonten, Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA, Düsseldorf ■ Die Citibank Deutschland ist seit über 80 Jahren im Geschäft mit Konsumentenkrediten aktiv. Ihre langjährige Erfahrung führt zu einem umfassenden Know-how in der Preisfindung.

Die bonitätsabhängige Bepreisung von Krediten hat aus unserer Sicht erhebliche

Vorteile. Es gibt keine Quersubventionierung der „schlechten“ Risiken durch die „guten“, das heißt jede Kundengruppe trägt ihr Risiko selbst. Das Vorgehen entspricht der Tarifiedifferenzierung in der Versicherungswirtschaft: Zum Beispiel können Berufe mit höherem Unfallrisiko versichert werden, aber eben zu höheren Prämien. Ansonsten würden Kundengruppen mit hohem Risiko als unprofitabler Anteil in das Gesamtportfolio einfließen. Genau das

wird im Kreditgeschäft durch Risk Based Pricing vermieden.

Eine alternative Vorgehensweise hätte Konsequenzen. Sie würde Banken dazu zwingen, ab einer bestimmten Bonitätsgrenze ganze Kundensegmente vom Angebot auszuschließen. Damit würde ihnen die Möglichkeit genommen, Kredite zur Finanzierung ihrer Wünsche zu erhalten. Da wir Quersubventionierung nicht für den richti-

gen Weg halten, ist das weder wünschenswert noch sinnvoll. Bonitätsabhängige Konditionen sind effizienter und gerechter.

Bonitätsunabhängige Konditionen als „Schnupperprodukt“

Eine bonitätsabhängige Preisfindung kann sehr günstige Angebote für Kunden ermöglichen. Wenn diese nicht auf Kunden besser Bonität beschränkt wären, könnten sie unter Profitabilitätsgesichtspunkten nicht angeboten werden. Denn Risiko- und Kapitalkosten lägen über dem Zinsertrag. Auf den Punkt gebracht: Differenzierte Konditionen sorgen für Profitabilität beim Bedienen aller Nachfragesegmente und sichern die Preisgerechtigkeit.

Wir haben dennoch seit Juni 2006 den bonitätsunabhängigen Kredit „Money-to-go“ im Angebot. Warum? Die Citibank hat damit eine Art „Schnupperprodukt“ für weniger kreditaffine Kundensegmente geschaffen, die sonst kurzfristige Ausgaben über den Dispositionskredit finanzieren. Hier setzt „Money-to-go“ an: 3,49 Prozent effektiver Jahreszins, zwölf Monate Laufzeit, maximal 3 000 Euro. Kurzfristige, überschaubare Bindung und attraktive Konditionen für den Kunden.

Die Citibank wiederum hat die Chance, Kunden während der kurzen Kreditlaufzeit von den Servicequalitäten der Bank zu überzeugen. Es wäre wenig profitabel, bei Krediten mit so kurzer Laufzeit und kleinem Volumen risikoabhängige Zinsen zu ermitteln. Die individuelle Risikoeinschätzung würde einen Betrag erwirtschaften, der kaum den höheren Prozessaufwand decken würde.

Wir sehen bonitätsunabhängige Konditionen als Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen. Die im Vergleich mit einem Dispositionskredit günstigeren Konditionen werden insbesondere von Kunden mit guter bis sehr guter Bonität wahrgenommen, um kurzfristige Engpässe günstiger zu finanzieren. Teilweise fragen sie auch

höhere Volumen nach – zu entsprechend differenzierten Konditionen.

Durch das bonitätsunabhängige Angebot können neue Kundenschichten erschlossen werden, die durch späteres Up- und Cross-Sell für die Bank noch profitabler werden. Wir halten bei längeren Laufzeiten und höheren Kreditsummen allerdings die

differenzierte Risikokomponente für marktgerechter und strategisch sinnvoller.

Mit einem Marktanteil von knapp sieben Prozent sind wir Marktführer im Konsumentenkreditgeschäft in Deutschland. Bonitätsabhängige Preisfindung bildet und bleibt die Basis unseres Konsumentenkreditgeschäfts.

„Standardrisikokosten sind nach wie vor sachgerecht“

Von Wolfgang Pannen, Geschäftsführer, SKG Bank GmbH ■ Der (risiko)gerechte Zins ist ähnlich wie der gerechte Lohn oder die soziale Gerechtigkeit ein unbestimmter, schillernder Begriff, dem erst einmal jeder zustimmen kann.

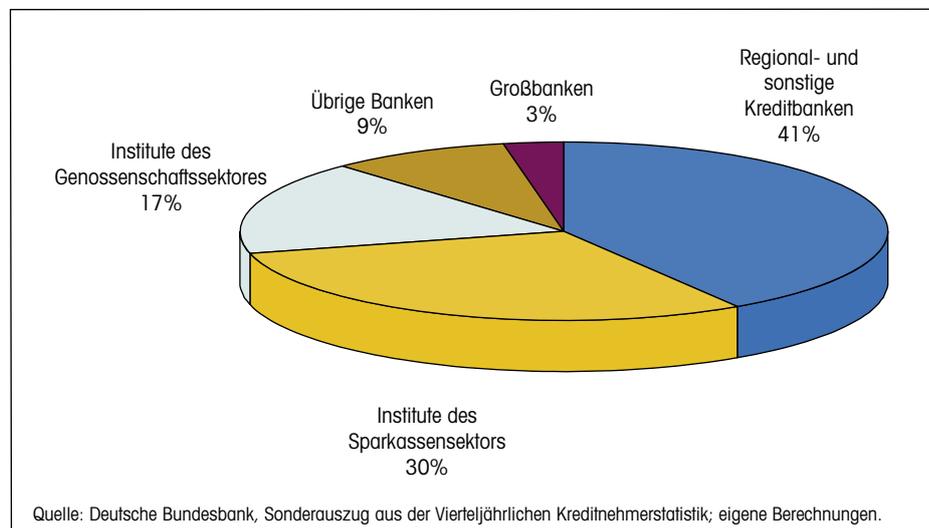
So sehen Mindestanforderungen an das Risikomanagement vor, dass zwischen der Risikoeinstufung und der Konditionengestaltung ein sachlich nachvollziehbarer Zusammenhang bestehen soll.

Dies bedeutet allerdings für den Konsumentenkredit nicht zwangsläufig unterschiedliche Konditionen für Kunden mit unterschiedlichen Bonitätseinstufungen.

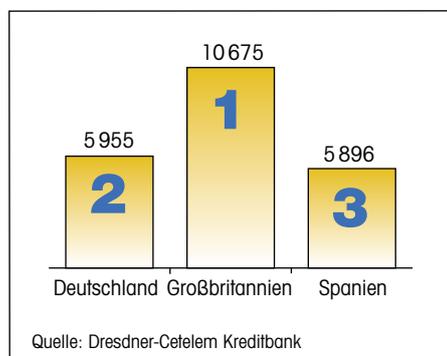
Schließlich fordern die Mindestanforderungen gleichfalls eine jährliche Überprüfung der Risikoeinstufung. Bis dato ist wohl kein Modell auf dem Markt, dass in konsequenter Umsetzung dieser Vorschrift eine regelmäßige Überprüfung der bei Herauslage vereinbarten Konditionen vorsieht. Insofern ist der mitunter bemühte Vergleich zur Einstufung bei der Kfz-Versicherung nur bedingt tauglich, denn hier erfolgt – bei entsprechendem Verlauf – eine kontinuierliche Verbesserung der Prämie.

Hinzu kommen weitere rechtliche Rahmenbedingungen, deren Berücksichtigung bei der Festlegung risikoorientierter Konditionen Schwierigkeiten bereitet. Preisanga-

Marktanteile Konsumentenratenkredite



Top 3 der Konsumentenkredite je Haushalt (Bestand in Euro, 2006)



benverordnung und Ähnliches haben dem Kunden bisher objektive Vergleiche ohne persönliche Kontaktaufnahme zur Bank ermöglicht. Aushänge, Preisverzeichnisse, aber auch neutrale Konditionenvergleiche durch unabhängige Institutionen leisten dies bei bonitätsabhängigen Konditionen nur noch sehr bedingt.

Unterschiedliche Konditionen sind schwer zu kommunizieren

Unterschiedliche Konditionen müssen dem mündigen Kunden geeigneter Weise kommunizierbar sein. Unterscheidungen etwa nach Laufzeit und Finanzierungsobjekten (Fahrzeuge, Immobilien) sind nachvollziehbar, sie diskriminieren selbst vordergründig nicht und sind allgemein akzeptiert. Grundlage für das risikoorientierte Pricing hingegen sind Systeme, die die Institute wie die legendäre Coca-Cola-Formel als wichtige, vertraulich zu behandelnde Geheimnisse hüten. Dass viele dies ebenso sehen, zeigt sich bei wesentlichen Teilen des Marktes, so bei der Absatzfinanzierung, wo wegen der fehlenden Durchsetzbarkeit niemand ernsthaft daran denkt, risikoorientiert zu bepreisen.

Die SKG Bank als Spezialdirektbank vertreibt ihre Konsumentenkredite – zum Teil mit Kooperationspartnern – ausschließlich über das Internet. Der automatisierte Prozess mit Sofortentscheidung schließt für die kritische und informierte Zielgruppe praktisch aus, gewissermaßen erst in letz-

ter Sekunde Klarheit über die Konditionen zu verschaffen.

Darüber hinaus ist es für die Kooperationspartner mit ihrem Markenverständnis oft nicht vereinbar, Kunden unterschiedlichen Klassen zuzuordnen, deren Kriterien ihnen gegenüber nicht vollständig transparent gemacht werden.

Restkreditversicherung ist das probatere Mittel

Nach Erhebungen des Bankenfachverbandes werden 98 Prozent aller Konsumentenkredite problemlos beglichen. Insofern müssten nahezu alle Kunden jeweils den allergünstigsten Satz erhalten, der heute häufig eine drei oder vier vor dem Komma ausweist. Durchgeführte Testkäufe deuten eher darauf hin, dass die Verteilung über die relevanten Bandbreiten anders ist.

Berücksichtigt man, dass bei Zahlungstörungen überwiegend unvorhersehbare Risiken wie Tod, Arbeitsunfähigkeit und Arbeitslosigkeit ursächlich sind, so ist wohl die zu unrecht verteuflerte Restkreditversicherung das probatere Mittel, die Bank, aber auch den Kunden (!) vor Problemen zu bewahren.

Bei den im Jahre 2006 bei der SKG BANK notleidend gewordenen Engagements waren zu 35 Prozent Arbeitslosigkeit, 31 Prozent Privatinsolvenz, acht Prozent Betrug und vier Prozent Scheidung die Ursachen. Eine durchgeführte Analyse dieser Fälle ergab in aller Regel, dass bei der Herauslage eine geringere Bonität beziehungsweise ein höheres Risiko durch das in der Bank eingesetzte Beurteilungssystem nicht angezeigt wurde und auch nicht angezeigt werden konnte.

Ablehnung ist besser als hohe Zinsen

Bei der homogenen Zielgruppe der privaten Haushalte, die ihre Haupteinkünfte aus unselbstständiger Beschäftigung bezieht, erscheint die gruppenbezogene Ermittlung von Standardrisikokosten nach wie vor sachgerecht.

Wer der Überschuldung bei schwachen Bonitäten entgegenwirken will, wird nach unserer Auffassung mit einer Ablehnung auf Dauer besser fahren als mit hohen Zinssätzen. Bei den heutigen Pfändungsfreigrenzen und dem erleichterten Zugang zur Privatinsolvenz dürfte deren Abschreckungswirkung auch eher eine begrenzte sein.