

Islamic Banking – das Marktpotenzial in Deutschland

Die Trendscouts dieser Welt sind sich darüber einig, dass eine zunehmende Individualisierung, die New-Work-Globalisierung, die Golden Age Revolution sowie die fortschreitende Informationstechnologie die Megatrends in Bezug auf die Kundenanforderungen von heute und vor allem von morgen sein werden. Stand früher für die Finanzdienstleister ein Standardprodukt ohne Differenzierung im Fokus, so ist es heute ein sich an den Werten und Normen sowie den individuellen Bedürfnissen orientierendes Leistungs- und Produktbündel, welches im Rahmen eines Life-Support-Konzeptes potenzielle Interessenten gewinnen und langfristig binden soll. Auch die US-Subprime-Krise hat dazu geführt, dass internationale Investoren sich verstärkt den Islamic Banking Tools zuwenden.

Kundenspezifische Segmentierung

Die kundenspezifische Segmentierung gewinnt in diesem Zusammenhang besonders an Bedeutung. Schon heute zeichnet sich ab, wer im Wettbewerb um die Kunden von morgen die Nase vorne haben wird. In diesem Zusammenhang wird im Bereich Financial Services auch das Schlagwort „Globales-Ethno-Marketing“ genannt, durch dessen Einsatz eine Marktdifferenzierung erzielt werden soll, indem man eigenständige Distributionswege etabliert und für spezielle Kundensegmente adäquate Lösungen anbietet.

In den USA zeigen sich bereits die Erfolge eines konsequent verfolgten Ethno-Marketingkonzeptes. Das riesige Potenzial wurde erkannt und der Markt nach kulturell bedingten Kriterien segmentiert. Dies spiegelt sich vor allem in der Kaufkraft der Minderheitsethnen in den USA wider. Wenn man etwa die Hispanics, Afro Americans, Asiens aufsummieren und gesondert

ausweisen würde, dann wäre diese Gruppe die sechst-kaufkräftigste Nation der Welt.

Eine auf ethnische Zielgruppen spezialisierte Geschäftsbank ist zum Beispiel die amerikanische Wells Fargo Bank, die sich durch ihre Fokussierung auf die Kundenwünsche der spanischsprachigen Minderheit einen erheblichen Wettbewerbsvorteil im US-Bankenmarkt sichern konnte. Während der S&P Index in den Jahren 1999 bis 2004 lediglich ein Wachstum von einem Prozent aufweisen konnte, die Bankwerte zehn Prozent Wachstum verbuchten, betrug der Anstieg bei Wells Fargo mehr als das Doppelte, nämlich 24 Prozent. Obwohl 80 Prozent des Wachstums aus dem Cross-Selling resultieren, wurden alleine 2004 fast 500 000 neue Hispanic-Kunden gewonnen, 1 700 neue Arbeitsplätze geschaffen und 100 neue Filialen eröffnet. Die durchschnittliche Abschlussquote je Mitarbeiter liegt aktuell bei 5,2 Produkten je Tag, Tendenz steigend.

Zaid el-Mogaddedi, Founder und Managing Director, und Jalalle Chahboune, Director, beide Institute for Islamic Banking & Finance (IFIBAF), Frankfurt am Main

Die Islamic-Banking-Aktivitäten deutscher Finanzdienstleister gehen im Retailbereich bisher kaum über Ethno-Marketing hinaus. Dabei wird shariah-konformen Produkten, etwa in der Baufinanzierung oder bei der Geldanlage, durchaus Potenzial zugestanden. Dass ein im Jahr 2000 von einer Commerzbank-Tochter und der saudi-arabischen Dallah-Al-Barak-Bank aufgelegter Fonds mit einem Volumen von knapp vier Millionen Euro geschlossen wurde, führen die Autoren auf mangelndes Marketing in der deutschen Zielgruppe zurück. Das Interesse der Investoren in der Golfregion habe zudem zum damaligen Zeitpunkt vor allem auf Immobilien gelegen. (Red.)

Während sich Ethno-Banking, teilweise wird auch vom Minority-Banking gesprochen, wie es in Deutschland zum Beispiel bereits durch das Bankamiz-Konzept (Finanzlösungen für türkischstämmige Kunden) der Deutschen Bank aktuell an 41 Standorten angeboten wird und dort mehr als 45 000 Kunden gewinnen konnte, auf kulturell bedingte Unterschiede im Kaufverhalten spezialisiert (insbesondere Sprache und Distributionskanal), geht Islamic Banking noch einen Schritt weiter.

Was sind aber nun die Grundlagen des Islamic Banking? Die islamische Ökonomie richtet sich nach der Shariah, die nicht das islamische Recht ist, sondern die Gesamtheit aller Gebote und Verbote, welche die rechtmäßige Lebensauffassung, den „Code of Conduct“ für den Muslim darstellt (siehe auch Kreditwesen 6-2008 – Red.). Die Shariah basiert dabei auf den Primärquellen Koran und Sunna (das überlieferte und beispielhafte Verhalten des Propheten Mohammad (s.a.s.). In westlichen Ländern wie Großbritannien (UK), den USA oder Kanada hat sich Islamic Banking bereits etabliert, während es im Gegensatz dazu, in Deutschland noch keine Umsetzung einer Islamic-Banking-Strategie im Retailbereich gibt.

Dabei erfreut sich Islamic Banking, vor wenigen Jahren noch als marginale Randerscheinung gebrandmarkt, einer zunehmenden Beliebtheit, und dies nicht nur in der arabisch geprägten Region (Gulf Corporation Council – GCC), sondern auch in nicht islamisch geprägten Ländern (siehe Übersichten 1 bis 3).

Erfahrungswerte aus UK

Dass Islamic Banking auch im Retailgeschäft der westlichen Hemisphäre angekommen ist, zeigen die Erfahrungswerte

der Islamic Bank of Britain in UK, welche seit August 2004 operativ tätig ist. Die aktuellen Zahlen aus dem Geschäftsbericht 2007 ergeben folgendes Bild: acht Niederlassungen; Kundenzahl 42 000, wovon 24 Prozent Onlinebanking und 20 Prozent das Telebanking nutzen. Die Einlagen betragen 135 Millionen britische Pfund und die Anzahl der Konten 64 000.

Neben der Islamic Bank of Britain existieren in UK noch vier weitere vollumfängliche islamische Banken, beispielsweise die European Islamic Investment Bank (Investmentbank – eröffnet im April 2006) und die Bank of London and the Middle East (eröffnet im Juli 2007).

Außerdem bieten eine Vielzahl von konventionellen Banken wie HSBC, die bereits seit 1998 eine eigenständige Tochter unter dem Namen HSBC Amanah betreibt oder Lloyds TSB islamisch konforme Produkte im Rahmen eines Islamic Windows an. Hier fällt auf, dass britische Banken nicht die Probleme einer möglichen Markenverwässerung sehen, sobald sie aktiv ein Islamic Window öffnen, sondern auf die nationalen und internationalen Vorteile dieser Maßnahme fokussieren.

Die muslimische Community in UK ist dabei gekennzeichnet durch folgende soziodemografische Faktoren: 1,8 Millionen Muslime bedeuten einen Anteil an der Gesamtbevölkerung von drei Prozent. Allein 50 Prozent der Muslime leben dabei im Großraum London, 30 Prozent davon sind jünger als 15 Jahre, 52 Prozent jünger als 24 Jahre. 20 Prozent der Kinder im Alter von 0 bis 15 Jahren im Londoner Großraum sind Muslime. Hinzu kommen 500 Millionen Muslime, die jährlich UK besuchen. Die Financial Services Authority (FSA) schätzt, dass die Bankanlagen der Muslime sich auf 1,8 Milliarden US-Dollar belaufen. Das geschätzte Volumen im Bereich islamischer Hausfinanzierungen beträgt neun Milliarden britische Pfund.

Wirtschaftliche Kraft der Muslime in Deutschland

Die Zahlen und Daten in Deutschland, welche die wirtschaftliche Kraft der Muslime angehen, sind ebenfalls eindrucksvoll: Von den 7,3 Millionen Migranten in der Bundesrepublik sind zirka 3,4 Millionen Muslime, davon zirka 1,8 Millionen Türken (2,8 Millionen unter Einbeziehung der Ein-

gebürgerten – Prognose bis 2010: drei Millionen). Außerdem leben hier unter anderem 160 000 Bosnier, 75 000 Iraker, 70 000 Marokkaner, 60 000 Iraner, 55 000 Afghanen und 40 000 Libanesen.

Innerhalb der türkischstämmigen Community in Deutschland sind 77 Prozent zwischen 14 und 49 Jahre alt (in der deutschen Bevölkerung beträgt der Anteil an dieser Altersgruppe 56 Prozent). Sie repräsentieren 720 000 Haushalte mit durchschnittlich 3,4 Personen (gegenüber 1,8 Personen in den deutschen Haushalten), die über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von zirka 1 917 Euro verfügen (bei der deutschen Bevölkerung: 2 596 Euro).

Dabei fällt auf, dass der durchschnittliche deutsche Haushalt zirka zehn Prozent seines Nettoeinkommens als Spargeld zurücklegt, während es bei türkischen Haushalten mit 21 Prozent fast doppelt so viel ist. Die gesamte jährliche Kaufkraft innerhalb der türkischen Community liegt bei zirka 25 Milliarden Euro, die zu 95 Prozent in der Bundesrepublik ausgegeben wird, da die Auslandstransfers signifikant zurückgegangen sind.

Allein die aktuell von türkischen Unternehmen in Deutschland erwirtschafteten 50 Milliarden Euro sollen sich bis 2010 nahezu verdoppeln, und das jährliche Sparvolumen soll sich auf 1,6 Milliarden Euro beziehungsweise zirka eine Milliarde Euro an Versicherungsprämien belaufen.

Bekenntnis zum Islam über die Generationen hinweg

Ein Blick auf die religiöse Zugehörigkeit lässt erkennen, dass sich zirka 95 Prozent der in Deutschland lebenden Türken zum Islam bekennen, und zwar unabhängig von den drei bereits in Deutschland lebenden Generationen (also der ersten Generation im Alterssegment 40 bis 70 Jahre, der zweiten Generation im Alterssegment 20 bis 40 Jahre und der dritten Generation bis 20 Jahre). Dabei hat sich die Selbsteinschätzung zur religiösen Verbundenheit von 2000 auf 2005 signifikant erhöht. Gaben im Jahre 2000 noch sieben Prozent an, sehr religiös und 64,6 Prozent religiös zu sein, so waren es 2005 bereits 28,1 Prozent, die sich als sehr religiös und 55,2 Prozent als religiös bezeichneten.

Übersicht 1: Muslime weltweit

Ein Blick auf die Zahlen und Fakten belegt, dass Islamic Banking auf dem Weg ist, integraler Bestandteil des Banking-Mainstreams zu werden.

20 Prozent der Weltbevölkerung (1,6 Milliarden) sind Muslime, davon zum Beispiel in Middle East und Afrika 204 Millionen, in Südostasien allein 16 Millionen in Malaysia beziehungsweise 195 Millionen in Indonesien und auf dem indischen Subkontinent 440 Millionen in Indien, Pakistan und Bangladesh. Es wird geschätzt, dass innerhalb der nächsten acht bis zehn Jahre die Hälfte der Spareinlagen von Muslimen shariah-konform investiert werden.

In der EU leben zirka 14 Millionen Muslime, die meisten davon in Frankreich (5,5 Millionen) und Deutschland (3,4 Millionen).

Übersicht 2: Muslime in der EU

Der Anteil der Muslime an der EU-Gesamtbevölkerung beträgt 3,5 Prozent.

Davon Anteil
in Frankreich 8 Prozent
(Wachstum: 3,4 Prozent per annum),

in den Niederlanden 5,5 Prozent
(Wachstum: 3,9 Prozent per annum),

in Österreich 4 Prozent
(Wachstum: 7,1 Prozent per annum),

und in Deutschland 3,9 Prozent
(Wachstum: 3,9 Prozent per annum).

Übersicht 3: Geschätztes Volumen im Islamic Banking

Es gibt 300 islamische Finanzinstitute in 65 islamisch geprägten und westlichen Ländern. Weltweit operieren zirka 280 islamische Banken in 40 Ländern – Tendenz steigend.

Im Islamic Banking beträgt das geschätzte Volumen 800 Milliarden US-Dollar (je nach Datenlage auch bis zu einer Billion US-Dollar). Das globale geschätzte Potenzial wird auf vier Billionen US-Dollar veranschlagt, bei einem jährlichen Wachstum von 15 bis 20 Prozent.

Als globales Vermögen der Muslime werden zirka 2,5 Billionen US-Dollar angesetzt. Das Volumen an Sukuk (islamische Zertifikate) wird per Ende 2007 mit 90 Milliarden US-Dollar eingestuft, die Prämieinnahmen für Takaful (islamische Versicherungsform) auf 4,3 Milliarden US-Dollar (für 2015 geschätzt: 7,4 Milliarden US-Dollar).

Übersicht 4: Türkische Einwohner in deutschen Bundesländern und Städten

(Angaben jeweils in 1 000)

Nordrhein-Westfalen	850	Berlin	180
Baden-Württemberg	426	Köln	90
Bayern	320	Hamburg	80
Hessen	257	Duisburg	60

Bemerkenswert ist, dass neben den 2,6 Milliarden Euro, welche jährlich von türkischen Mitbürgern bereits in deutsche Bank- und Versicherungsprodukte investiert werden, es türkische Teilhabergesellschaften vor einigen Jahren (1995 bis 2002) sehr erfolgreich geschafft haben, mindestens weitere fünf bis 25 Milliarden Euro innerhalb der türkischen Community einzusammeln.

Die unter dem Namen Konya-Modell in der Türkei bekannt gewordenen Teilhabergesellschaften haben auch in der Bundesrepublik mit Verweis auf eine islamisch korrekte Geldanlage erheblichen Mittelzufluss generiert. So hatte zum Beispiel die Yimpas Group bis Jahresultimo 2001 zirka 150 Millionen Euro generiert. Das Unternehmen Jetpa hat vor allem in NRW zirka 250 Millionen Euro eingesammelt. Dabei konzentrierten sich die Teilhabergesellschaften auf Städte und Bundesländer mit dem höchsten Anteil an türkischen Bewohnern (Übersicht 4).

Übung mit einem aktiv gemanagten islamisch konformen Fonds

Mit einem einmaligen Marketing-Mix Konzept wurde innerhalb kurzer Zeit viel Liquidität eingesammelt, und wie bei jedem Schneeballsystem wurde auch in der Anfangsphase eine islamisch konforme Gewinnbeteiligung für das eingezahlte Investment ausgeschüttet. Leider war die Konzeption jedoch von Anfang an nicht auf Basis einer soliden Due Diligence aufgebaut, sondern ihr Ziel war eindeutig, die eingesammelten Gelder zu veruntreuen. Insgesamt beläuft sich der Schaden auf geschätzte fünf bis 25 Milliarden Euro.

Auf der anderen Seite hatte die 100-prozentige Commerzbanktochter CICM (Commerz International Capital Management GmbH), als renommiertes deutsches Finanzinstitut im Januar 2000 zusammen mit der saudi-arabischen Dallah-Al-Barak-Bank einen aktiv gemanagten islamisch konformen Fonds (Al-Sukoor European Equity Fund/Falken-Fonds) aufgelegt, der

seine Anlagegrundsätze nach den Vorgaben der islamischen Gelehrten ausgerichtet hatte und deshalb im Rahmen eines Industry Screenings nicht in folgende Unternehmenssektoren investieren durfte: Konventionelle Banken und Versicherungen, Alkohol oder Tabak, Schweinefleisch, Glücksspiel, Nachtclubs, Pornografie oder ähnliche Aktivitäten sowie Herstellung und Distribution von Rüstungsgütern.

Zusätzlich mussten die Kriterien eines Financial Ratio Screening eingehalten werden, die den Ausschluss von Unternehmen mit Verschuldungsgrad (Gesamtverschuldung/durchschnittliche Marktkapitalisierung) kleiner 33 Prozent, deren Summe an liquiden Mitteln sowie zinsbasierten Wertpapieren unter 33 Prozent, deren Debitorenstände unter 45 Prozent; und deren Zinseinnahmen unter fünf Prozent liegen mussten.

Aus einer Commerzbank Masterlist Europe, welche 1 055 Unternehmen enthielt, wurden im Rahmen des Industry Screening 756 Unternehmen herausgefiltert, welche in dem zweiten Schritt dem Financial Ratio Screening unterzogen wurden, sodass am Ende noch 317 erlaubte Unternehmen im Fonds vorhanden waren, zu denen Unternehmen aus den Segmenten Gesundheitswesen, Pharma, Energie, Metalle und Bergbau, Öl und Transportwesen gehörten. Dennoch wurde der Fonds Ende 2005 geschlossen.

Gründe für den gescheiterten Versuch

Die Gründe für die Schließung des am Ende mit lediglich knapp vier Millionen Euro ausgestatteten Fonds waren vielschichtig. Zum einen wurde der Fonds nicht in der relevanten Zielgruppe in Deutschland aktiv beworben, des Weiteren waren die Aktienmärkte nach dem 11. September 2001 einer deutlichen Kurskorrektur unterworfen und schließlich war in der GCC-Region, wo der Fonds durchaus beworben wurde, zum damaligen Zeitpunkt nicht die Equity-, sondern die Real Estate Story das vorherrschende Anlagethema.

Interessanterweise hat der Dow Jones Islamic Market Index, der bereits seit 1999 besteht, gezeigt, dass seine Anlagekriterien die Anleger, unabhängig von ihrer religiösen Zugehörigkeit sehr wohl von extremen Wertberichtigungen zu schützen vermag, als er zum Beispiel Unternehmen wie Worldcom, Enron oder Tyco aus dem Index nahm, da sie die Knock-out-Kriterien des Financial Ratios Screening durchbrochen hatten.

Jüngstes Beispiel für die Sinnhaftigkeit eines islamisch basierten Investmentansatzes vor dem Hintergrund der allgemeinen Subprime-Krise ist der Dow Jones (DJ) Arab 50 Titans, der seit Anfang 2008 zu den besten regionalen Indizes zählt. Seit dem 1. Januar ist eine Rendite von 7,1 Prozent zu verzeichnen. Betrachtet man die letzten 52 Wochen, konnte der Index um gut 40 Prozent zulegen (Stand Ende April 2008). Damit lässt er den DJ Euro Stoxx 50, den DJ Global 50 und den DJ Asia 50 deutlich hinter sich.

Ethische Anlagegrundsätze – ein globales Thema

Was jetzt im ersten Schritt in Deutschland erforderlich ist, sind daher keine kurzfristigen Marketingstrategien, sondern zielgruppenspezifische Konzepte, die darauf setzen, auf fundierter Grundlage geeignete, islamisch konforme Konzepte (Fonds, Vorsorge und Hausfinanzierung) zu entwickeln oder diese, da schon vorhanden im Rahmen eines Labeling für den deutschen Markt bereitzustellen, wobei diese dann über speziell geschulte Mitarbeiter am Point of Sale offeriert werden.

Diese Vorgehensweise erfordert jedoch die Bereitschaft, im Rahmen des Market-Entry-Prozesses zu investieren und das Verständnis für die religiösen Vorschriften, die im Islamic Business beachtet werden müssen. Die Etablierung eigener Shariah Supervisory Boards ist dabei nicht zwingend unter Kostenaspekten erforderlich.

Aufgrund der Erfahrungen in Indonesien oder Malaysia kann davon ausgegangen werden, dass sharia-konforme Investments nicht nur für Muslime, sondern auch für andere Zielgruppen von Interesse sind, denn die Umsetzung ethischer Anlagegrundsätze erfreut sich zunehmend einer größeren Nachfrage.