

bm - Blickpunkte

Privatkundengeschäft

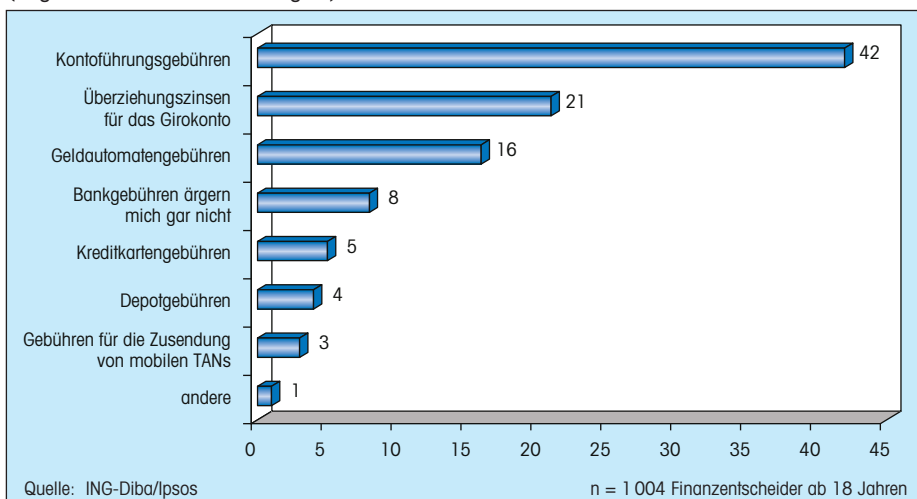
Kontoführungsgebühren bleiben größtes Ärgernis

Kontoführungsgebühren sind unverändert diejenige Bankgebühr, über die sich Privatkunden am meisten ärgern, so das Ergebnis einer Ipsos-Umfrage im Auftrag der ING-Diba unter 1 004 Finanzentscheidern ab 18 Jahren in privaten Haushalten vom März dieses Jahres. Mit 42 Prozent der Nennungen rangieren sie mit deutlichem Abstand vor den Überziehungsgebühren, über die sich gerade einmal halb so viele Verbraucher ärgern.

Diese Erkenntnis ist nicht neu. Sie gewinnt aber in Zeiten, in denen die Sparkassenorganisation das Ende des kostenlosen Girokontos angekündigt hat und auch andere Anbieter, darunter die Postbank, entsprechende Preismodelle zumindest infrage stellen, an Brisanz. Hier wird eine Menge Kommunikationsaufwand auf die Branche zukommen, die dem an eine Gratiskultur gewöhnten Kunden genau erklären muss, warum sie wo an der Kostenschraube dreht.

Über welche Bankgebühren sich die Verbraucher am meisten ärgern

(Angaben in Prozent der Befragten)



Dass die Dispo-Zinsen, über die sich Verbraucherschützer so gerne ereifern, nur von 21 Prozent der Befragten als das ärglichste Bankentgelt genannt werden, lässt sich vergleichsweise einfach erklären: 56,4 Prozent nehmen den Dispo nie in Anspruch, weitere 22,2 Prozent nur wenige Male im Jahr.

Und in 46 Prozent der Fälle, in denen die Kunden auf die Kontoüberziehung zurückgreifen, geht es um maximal 300 Euro. Da kommen keine gigantischen Zinsbeträge zusammen. Trotzdem hält eine Mehrzahl von 58,6 Prozent den von ihrer jeweiligen Bank berechneten aktuellen Zinssatz für die Inanspruchnahme des Dispositionskredits für nicht angemessen. 27 Prozent geben auf diese Frage keine Antwort – vermutlich, weil sie den aktuellen Zinssatz gar nicht kennen.

Neben Kontoführungsgebühren und Dispo ist die Kreditkartengebühr ein wichtiger Ertragsbringer im Zahlungsverkehr – nach der am 9. Dezember 2015 in Kraft getretenen Deckelung der Interchange auf maximal 0,3 Prozent mehr denn je. An dieser Stelle birgt die Studie Grund zu Hoffnung:

Nur fünf Prozent der Befragten ärgern sich über die Jahresgebühr. Das heißt freilich nicht, dass Banken und Sparkassen an dieser Stelle ungeniert an der Preisschraube drehen dürfen. Denn die geringe Quote mag auch daran liegen, dass die Jahresgebühr für die Kreditkarte oftmals im Paketpreis für das Girokonto enthalten ist und mithin zu dem Ärgernis an dieser Stelle beiträgt. Und es kann auch bedeuten, dass viele Anbieter, die die Karte separat bepreisen, an dieser Stelle seit der Regulierung noch keine oder nur sehr behutsame Maßnahmen ergriffen haben.

Überhaupt sollte der Blick auf das untere Ende der Skala nicht zu dem Schluss verleiten, die Preise mit dem geringsten Anteil an Nennungen seien diejenigen, bei denen sich eine Anhebung oder erstmalige Einführung am leichtesten durchsetzen lässt. Gebühren für die Zusendung von mobilen TANs etwa dürften auf wenig Gegenliebe bei den Verbrauchern stoßen, die die Gewährleistung der Sicherheit beim Online-Banking als originäre Kernaufgabe der Banken bewerten. Echten Grund zur Entspannung bieten also nur jene Kunden, die sich erklärtermaßen gar nicht über Bankgebühren ärgern. Und das sind gerade einmal acht Prozent. **Red.**

Bargeld

Neue Kooperationen?

Die bayerischen Sparkassen wollen ihren Kunden das Bargeld notfalls ins Haus bringen. Mit dieser Aussage machte der bayerische Sparkassenpräsident Ulrich Netzer Schlagzeilen. Gar so neu ist dieser Ansatz aber nicht. Auch andere Sparkassen bieten bereits entsprechende Services an, um die Auswirkungen von Zweigstellschließungen für wenig mobile Menschen auf dem Land aufzufangen.

Auf den ersten Blick scheint ein solches Serviceangebot ein wenig absurd – ist doch die individuelle Bargeldversorgung bezogen auf den einzelnen Kunden um ein Vielfaches teurer als die am Geldautomaten. Und doch wird die Rechnung sicher aufgehen. Schließlich ist die Geschäftsstelle – selbst wenn es sich nur um einen reinen Selbstbedienungsstandort handelt – immer mit hohen Fixkosten verbunden, während es sich beim Bargeldservice zum Kunden nach Hause um vergleichsweise wenige Einzelfälle handeln dürfte.

Natürlich steigt der Anteil der alten Menschen, was auf dem Land in besonderem Maße gilt. Und damit wächst auch die Gruppe jener, die nicht mehr mobil sind. Das heißt aber nicht zwangsläufig, dass auch die Nachfrage nach dem Bargeldservice nach Hause in den nächsten Jahren sprunghaft ansteigen wird. Denn da die Senioren auch mit Gütern des täglichen Bedarfs versorgt werden müssen, geht es um weit mehr als nur Bargeld. Sondern die ländlichen Gemeinden werden sich Mobilitätskonzepte ausdenken müssen, mit denen ihre älteren Einwohner auch zum Einkaufen oder zum Arzt gelangen können. Dann dürfte sich in vielen Fällen der Gang zur Bank oder Sparkasse gleich mit erledigen lassen.

So wenig es Bürgermeistern in den kleinen Ortschaften oder den Landräten auch gefallen mag, wenn nach Bäcker und Lebensmittelladen nun auch noch die Volksbank- oder Sparkassenfiliale aus dem Dorf verschwindet: Sinnvoll ist es allemal.

Aber vielleicht bietet sich hier ein neuer Ansatz für Kooperationen an. Dort nämlich, wo kleine Gemeinden beispielsweise – unabhängig von den Kreisverkehrsgesellschaften – eine Art Bürgerbus einrichten, der die Senioren in die Nachbargemeinden bringt, würden sich die regionalen Kreditinstitute einer Beteiligung an der Finanzierung vermutlich nicht verschließen. Damit wäre dann vermutlich beiden Seiten gedient.

Red.

Konsumentenkredit

Kreditbanken: beinahe glücklich

Den im Bankenfachverband zusammengeschlossenen Kreditbanken geht es gut. Ende 2015 hatten sie 159,3 Milliarden Euro an Verbraucher und Unternehmen verliehen und sind damit im Bestand um 6,8 Prozent gewachsen – so stark, wie zuletzt im Jahr der Abwrackprämie 2009, nur dass das Wachstum diesmal allein durch die steigende Kreditnachfrage erreicht werden konnte. Die Kreditbanken sind dabei ausnahmslos in allen Geschäftsfeldern gewachsen und haben sich überdies besser entwickelt als die jeweiligen Märkte. Ihren Marktanteil in der Konsumfinanzierung konnten sie von 44 auf 59 Prozent ausbauen. In der Investitionsfinanzierung beträgt er konstant rund elf Prozent. Auch die Prognosen sind gut. Der Konsumkredit-Index, den der Bankenfachverband regelmäßig mit der GfK durchführt, zeigt für 2016 erstmals seit seiner Einführung vor fünf Jahren eine wachsende Nachfrage nach Verbraucherkrediten an.

Ein ganz wichtiges Geschäftsfeld ist nach wie vor die Kfz-Finanzierung. Denn jeder zweite Ratenkredit dient der Anschaffung eines Neu- oder Gebrauchtwagens. Auch hier kann der Bankenfachverband einen neuen Rekord melden: Erstmals haben seine Mitglieder innerhalb eines Jahres rund zwei Millionen Kraftfahrzeuge allein per Kredit finanziert. Das ist in Plus von 7,8 Prozent bei einem Anstieg der Neuzulassungen um rund sechs Prozent. Sowohl bei den privaten als auch bei gewerblichen Finanzierungen vergaben die Kreditbanken jeweils über neun Prozent mehr neue Kredite als im Vorjahr, wobei auch Gebrauchtwagenkredite eine wachsende Rolle spielen – ein Segment, in dem noch einiges an Potenzial schlummern dürfte.

Das stärkste Wachstum gab es im Bereich der Online-Kredite und damit jenem Bereich, der das Glück der Kreditbanken trübt. Hier beläuft sich der Zuwachs auf 20,3 Prozent. Mittlerweile kommt jedes fünfte

Verbraucherdarlehen in Deutschland über das Internet zustande. 5,8 Milliarden Euro an Krediten haben die Mitglieder des Bankenfachverbandes 2015 über das Internet vergeben – weit weniger, als möglich gewesen wäre, so Jan W. Wagner, der Vorstandsvorsitzende des Verbands. Denn die Digitalisierung bietet weit mehr Möglichkeiten als der Gesetzgeber aktuell zulässt. Anders als in Großbritannien, Frankreich oder auch Österreich können Kreditverträge im Internet hierzulande lediglich angebahnt, aber nicht fallabschließend abgeschlossen werden. Denn dazu bedarf es in Deutschland immer noch der Schriftform.

Selbst dort, wo die Identifikation des Kreditnehmers bereits per Video erfolgt (und diese Möglichkeit nutzen nach Verbandsangaben bereits rund 30 Prozent der Kreditbanken), entfällt dadurch nur das Postident-Verfahren. Der Vertrag selbst muss aber immer noch ausgedruckt, unterschrieben und dann zurückgesandt werden. Der digitale Kreditvertrag steht deshalb ganz oben auf der Wunschliste der Banken. Dies gilt umso mehr, als unverändert nicht gleiches Recht für alle gilt: Der vom Händler angebotene Ratenkauf nämlich gilt rechtlich nicht als Verbraucherkredit, obwohl er für den Kunden auf eben das hinausläuft. Deshalb gilt dabei das Schriftformerfordernis nicht. EU-rechtlich ist es ohnehin nicht zwingend nötig. Hier ist Deutschland im Jahr 2010 bei der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie über die EU-Vorgaben hinausgegangen.

Eine gewisse Erleichterung ist indessen in Sicht. Am 1. Juli nämlich wird die EU-Verordnung über elektronische Identifizierung und Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen im Binnenmarkt (eIDAS) die mittlerweile deutlich in die Jahre gekommene, weil 18 Jahre alte deutsche Signaturrechtlinie ablösen, um ein einheitliches europäisches Signaturrecht zu schaffen. Diese Verordnung stellt keine Anforderungen an die Signaturanwendungskomponenten, die bei der Erstellung und Überprüfung von digitalen Signaturen, Zeitstempeln und Siegeln eingesetzt werden.

Während die deutsche Signaturrechtlinie zum Beispiel eine „sichere Lese- und Anzeigeeinheit“ – ein Kartenlesegerät mit einem Siegel des Bundesamts für Informationssicherheit – vorschreibt, ist dies nach der EU-Verordnung nicht mehr notwendig. Auch in Deutschland kann somit die bisherige, aufwendige und deshalb kaum genutzte „qualifizierte Signatur“ noch zum Einsatz kommen. Doch auch andere europäische Signaturen müssen anerkannt werden.

Der Bankenfachverband rechnet deshalb damit, dass Trust-Center elektronische Signaturen für einmaligen Vertragsabschluss anbieten werden, die ohne ein Lesegerät auskommen und vermutlich auf einem PIN-TAN-Verfahren beruhen. Weil aber auch das immer noch aufwendig ist, wird eIDAS nur als Schritt in die richtige Richtung, nicht aber als die Lösung der Umsetzung eines digitalen Kreditvertrags bewertet. **Red.**

Spezialbanken

Autobanken bauen Marktanteil aus

Auch im vergangenen Jahr wurde wieder rund jedes zweite Fahrzeug von den herstellerabhängigen Finanzdienstleistern auf die Straße gebracht. VW Financial Services & Co. haben ihren Marktanteil bei rund 49 Prozent untermauert. Andere Marktteilnehmer wie Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken kommen nur auf rund 26 Prozent: Da hilft auch der viel beworbene Sparkassen-Autokredit nichts, zu groß ist der Vorteil der Herstellerbanken aufgrund der Platzierung direkt am Point-of-Sale und der aktiven Vermarktung durch die Verkäufer. Interessanterweise ist der Anteil der Barzahler trotz der erneut gesunkenen Zinsen für Spargelder binnen Jahresfrist spürbar von 30 Prozent auf 25 Prozent gesunken.

Das Neugeschäftsvolumen der Autobanken stieg um sechs Prozent auf den neuen Höchststand von 38,83 Milliarden Euro, die Zahl der neu abgeschlossenen Verträge um drei Prozent auf 1,54 Millionen Abschlüsse.

Pro Fahrzeug konnte also ein höheres Finanzierungsvolumen verbucht werden, was zeigt, dass die Menschen sich höherwertige Autos mit besserer Ausstattung gönnen. 23,3 Milliarden Euro des Neugeschäfts entfielen dabei im vergangenen Jahr auf gewerbliche Finanzierungen, 15,5 Milliarden Euro auf private. Mit 7,4 Milliarden Euro entfällt mittlerweile knapp die Hälfte der privaten Absatzförderung auf Leasinglösungen. Insgesamt hatten die zehn Mitgliedsinstitute des Arbeitskreises der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft (AKA), die 31 Automarken repräsentieren, Ende 2015 Fahrzeuge im Rekordwert von 104 Milliarden Euro in den Büchern.

Für das laufende Jahr sind die Verantwortlichen zuversichtlich. Den Ergebnissen des ersten Quartals zufolge sei damit zu rechnen, dass die Autobanken im Gesamtjahr überproportional zum Fahrzeugabsatz wachsen können. Aber nur von der Fahrzeugfinanzierung lässt es sich nicht ganz so gut leben. Die AKA-Mitglieder setzen daher verstärkt auf „mobilitätsnahe Dienstleistungen“. Besonders beliebt bei den Verbrauchern sind Wartungs- und Servicemodule, die Kfz-Versicherung sowie Garantieverlängerungen. Große Chancen sehen die Verantwortlichen auch in der besseren Verknüpfung von Online- und Offline-Prozessen. 73 Prozent der Autohauskunden recherchieren vor dem Kauf im Internet, mehr als die Hälfte könnten sich vorstellen, das Fahrzeug online zu bestellen. Da muss die Finanzdienstleistung mithalten können.

Alle Mitgliedsinstitute befänden sich derzeit in konkreten Projektumsetzungen und mit der Ablösung des deutschen Signaturgesetzes durch die am 1. Juli in Kraft tretende „Verordnung über elektronische Identifizierung und Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen im Binnenmarkt“ sei der Online-Vertragsabschluss nahezu ohne Medienbruch möglich. Das gilt aber nach wie vor nur für Händlerfinanzierungen, nicht für echte Verbraucherkredite. Diese bedürfen selbst nach dem 1. Juli noch der Schriftform. **P.O.**