bm-Blickpunkte

Preispolitik

Sparkassen am Pranger

Wenn das keine Schlagzeile ist: „Sparkassen schaffen die kostenlose Bargeldversorgung ab", titelte das Finanzportal Biallo Ende März eine Pressemitteilung. Ganz so, wie es die reißerische Überschrift glauben macht, ist es natürlich nicht. Sondern es geht darum, dass einige Sparkassen die Möglichkeiten der bargeldlosen Bargeldversorgung für einzelne Kontomodelle eingeschränkt haben.

Rund 40 Institute und damit etwa jede zehnte Sparkasse, so eine Erhebung von Biallo, haben den kostenlosen Bargeldservice eingeschränkt oder abgeschafft. So wird bei 23 Instituten die Anzahl der monatlichen Barabhebungen am Schalter und Geldautomaten im günstigsten Kontomodell auf zwei bis fünf Transaktionen begrenzt. Danach wird pro Abhebung ein Entgelt verlangt. 20 weitere Institute werden dafür an den Pranger gestellt, dass sie für jede Abhebung an eigenen oder den Automaten anderer Sparkassen ein Entgelt erheben.

Das aber gilt wohlgemerkt nicht für alle Kunden. Bei der namentlich genannten Sparkasse Grebenstein etwa gilt dieses Entgelt von 50 Cent für jede Abhebung beim Online-Konto (2,50 Euro pro Monat) sowie dem Classic-Konto (3,50 Euro pro Monat). Beim Premium-Konto zum Monatspreis von 8,50 Euro ist die Bargeldversorgung hingegen inbegriffen.

Ein echter Paradigmenwechsel sind die genannten Ansätze somit nicht. Doch die Kosten der Bargeldversorgung werden in Zeiten erodierender Margen zweifellos spürbarer. Ist es da so unangemessen, die Kunden gemäß dem Verursacherprinzip an diesen Kosten zu beteiligen? In Zeiten nahezu flächendeckender Kartenakzeptanz dürften die Wenigsten darauf angewiesen sein, wöchentlich oder noch häufiger einen Geldautomaten aufzusuchen. „Kontingentlösungen" dürften somit für die meisten Kunden ohnehin ausreichen. Und dort, wo die gebührenfreie Bargeldversorgung vom gewählten Kontomodell abhängig gemacht wird, ist es letztlich auch eine Frage der Fairness, dass derjenige, der mehr bezahlt, auch mehr (Bank-)Leistungen erhält als der Sparfuchs.

Natürlich wird es Kunden, die sich umgewöhnen müssen, verärgern, wenn ihre Sparkasse, die vermutlich jahrelang die kostenlose Bargeldversorgung an 25 000 Geldautomaten der S-Finanzgruppe als Wettbewerbsargument angeführt hat, an dieser Stelle Einschnitte vornimmt. Deshalb sind neue Entgelte für die Bargeldversorgung ein ebenso wichtiges Kommunikationsthema wie Filialschließungen: Auf die Möglichkeit, den Bargeldbedarf durch bargeldlose Zahlungen zu reduzieren, muss dabei ebenso deutlich hingewiesen werden wie auf die mittlerweile zahlreichen kostenfreien Bargeldbezugsquellen im Einzelhandel. **Red.**

Privatkundengeschäft

Die Kehrseite des Verbraucherschutzes

Im Umfeld der Dauerniedrigzinsen treibt das Thema „Kündigungen" die Finanzbranche und ihre Kunden um. Teilweise richtet sich der Blick dabei schon in die Zukunft: So hat sich der Bundestag Ende März in einem Fachgespräch mit Experten mit möglichen kundenseitigen Kündigungen von Lebensversicherungen befasst, die dann wieder attraktivere Anlagemöglichkeiten sehen könnten – eine Perspektive, die die Assekuranz in neuerliche Bedrängnis bringen könnte.

Verbraucherschützer bewegt aktuell aber immer noch das Bestreben der Anbieterseite, Kunden aus teuren Altverträgen zu drängen oder diese zu kündigen. Während die Bausparkassen nunmehr solchen Kunden, deren Verträge seit zehn Jahren zuteilungsreif sind, mit höchstrichterlichem Segen kündigen dürfen, sieht das bei Versicherern und Banken anders aus. In zwei Fällen hat der „Marktwächter" Finanzen der Verbraucherzentralen deshalb bislang eingegriffen.

Erfolgreich abgemahnt wurde im Dezember die Neue Leben, die versucht hatte, Kunden aus hochverzinsten Altverträgen „zu locken", sprich, sie zur Kündigung zu veranlassen. Im Fall der VR Bank Nürnberg ging es um rund 500 alte Sparverträge mit Zinssätzen von drei beziehungsweise vier Prozent, die die Bank unter Berufung auf nachträglich vereinbarte Sonderbedingungen kündigen wollte. Diese Kündigungen hat die Bank mittlerweile zurückgenommen, obwohl sie sie nach wie vor als rechtmäßig bezeichnet.

Dass Banken oder Versicherer, die sich zu Maßnahmen wie den genannten veranlasst sehen, keine negativen Reaktionen darauf erwarten, wird man wohl ausschließen dürfen. Dass sie sich trotz des zu erwartenden Imageschadens dazu genötigt sehen, lässt sich daraus schließen, wie sehr die Anbieterseite unter Druck geraten ist. Natürlich ist deren Wunsch verständlich, keine Zinsen mehr zahlen zu müssen, die der Markt schon lange nicht mehr hergibt. Und ein einseitiges Kündigungsrecht nur der Kunden wird in einer solchen Situation zu Recht als unfair empfunden.

Verständlich ist aber auch die Aufregung der Verbraucherschützer. Und man wird sicher auch darüber diskutieren können, ob eine nachträgliche Kündigung wirklich rechtmäßig ist, wenn es im Werbeprospekt

hieß: „Wir garantieren Ihnen einen Mindestzins von 3 Prozent über die gesamte Laufzeit. Bei steigendem Zinsniveau wird der Zinssatz erhöht … Sie können die garantierte Mindestverzinsung bis zu 25 Jahre lang nutzen."

Lösen lassen wird sich dieser Konflikt wohl nicht. Denn es ist kaum vorstellbar, dass der Gesetzgeber das Kündigungsrecht für Verbraucher einschränken wird. Die Anbieterseite kann aus den jetzigen bitteren Erfahrungen also nur für die Zukunft lernen und Verträge künftig anders gestalten. Derart langfristige Garantien, wie sie jetzt die GuV belasten und aus denen man schwerlich wieder herauskommt, wird es in Zukunft wohl immer weniger geben. Bei den Lebensversicherern ist dieser Trend schon in vollem Gange (Stichwort „Neue Klassik"). Und auch vergleichbare Sparverträge, wie sie der VR Bank Nürnberg nun wie ein Klotz am Bein hängen, wird es auch nach einem Wiederanstieg der Zinsen vermutlich nur noch selten geben. Das ist die Kehrseite des Verbraucherschutzes. **Red.**

Fintechs

Crowdfunding-Branche reguliert sich selbst

Immer wieder zeigen Studien, dass Fintechs zwar nutzerfreundliche Lösungen entwickeln, dass sie aber im Hinblick auf das ihnen entgegengebrachte Vertrauen deutlich hinter den etablierten Anbietern im Bereich Finanzdienstleistungen zurückbleiben.

Das liegt zum einen natürlich an der vergleichsweise geringen Bekanntheit, einem Manko, dem junge Unternehmen mit einem geringen Budget nur sehr bedingt abhelfen können. Es liegt auch an der kurzen Historie, die es schwer macht, die Seriosität zu beurteilen. Und es liegt auch an der Tatsache, dass weiten Teilen der Öffentlichkeit bekannt ist, dass Banken stark reguliert sind, während dies für die neuen Wettbewerber nicht immer im glei-

chen Maße gilt. Auch Regulierung kann Vertrauen schaffen. Ähnliches gilt für freiwillige Selbstverpflichtungen.

Dies haben sich auch die im Bundesverband Crowdfunding e.V., Berlin, zusammengeschlossenen Crowdfunding-Plattformen zu eigen gemacht. Um den Schutz der Anleger im Crowdfunding zu verbessern, haben sie verbindliche Standards für die Information der Investoren beschlossen. Die vom Verband vorgelegten Reporting-Richtlinien sehen unter anderem vor, dass die Berichte von Unternehmen und Projektträgern an ihre Investoren halbjährlich erfolgen sollen, spätestens aber 60 Kalendertage nach Halbjahresende beziehungsweise 90 Kalendertage nach Jahresende. Empfohlen wird sogar, alle drei Monate, spätestens jedoch 30 Tage nach der Berichtsperiode zu berichten – und natürlich immer dann, wenn sich etwas Außerordentliches ereignet.

Damit Investoren bei allen Mitgliedsplattformen die gleiche regelmäßige Kommunikation über unternehmens- und projektrelevante Daten erhalten, hat der Verband auch eine Vorlage für das Reporting entwickelt, die Mindeststandards für die Regelmäßigkeit und Inhalte des Investoren-Reportings setzt. Sie unterscheidet dabei die verbindlichen Anforderungen und Empfehlungen nach Art der Crowdfinanzierung. Die Vorgaben werden von den Plattformen in alle Verträge integriert.

Die Mitgliedsplattformen haben die neuen Standards nach Angaben des Verbands innerhalb weniger Wochen in ihre Projektverträge implementiert, worauf der Vorstandsvorsitzende Jamal El Mallouki nicht wenig stolz ist. „Ich kenne keine andere Branche am Kapitalmarkt, die es trotz unterschiedlicher Geschäftsmodelle geschafft hat, innerhalb nur weniger Wochen gemeinsame Standards zu entwickeln", lässt sich auch Vorstandsmitglied Uli Fricke zitieren. Für alle Angebote, die seit dem 1. Januar 2017 auf die Plattformen gelangen, sind die neuen Standards für das Investoren-Reporting bindend.

Auch weitere Aspekte im Crowdfunding-Prozess will die junge Branche standardisieren, darunter zum Beispiel die Ausgestaltung des Vermögensanlage-Informationsblatts. All das dient der Vertrauensbildung und ist gleichzeitig eine Art Selbstschutz. Denn wo der Verbraucherschutz durch „Selbstregulierung" funktioniert, da sieht sich der Gesetzgeber weniger leicht zum Eingreifen gezwungen. Selbst gesetzte Standards sind da sicher die angenehmere Alternative. **Red.**

Kundenbindung

Neue Ertragspotenziale im Online-Banking?

Das Girokonto wird von Banken und Kunden sehr unterschiedlich betrachtet. Für Kunden sind die Anbieter weitgehend austauschbar, für die Kreditinstitute hingegen ist das Konto der Schlüssel zur Kundenbeziehung. Die Suche nach Mitteln und Wegen, sich vom Wettbewerb zu differenzieren, ist jedoch schwierig, da die zum Konto gehörenden Leistungen sich meist nur wenig unterscheiden. Das gilt vor allem bei preisbewussten Kunden, die ein Kontomodell ohne Zusatzleistungen nutzen.

Im Zuge der Einführung digitaler Haushaltsbücher oder persönlicher Finanzplaner ist deshalb immer wieder einmal der Gedanke thematisiert worden, das in den Banken vorhandene Wissen über die Kunden zu nutzen, um dem einzelnen aufzuzeigen, wo für ihn persönlich Sparpotenziale durch einen Anbieterwechsel etwa im Bereich bei Strom, Gas oder Mobilfunk bestehen.

Genau hier will die Finprove GmbH, Frechen, ansetzen. Das Fintech-Start-up will einen Service zur Verfügung stellen, der Bankkunden den einfachen Weg zum sorglosen Anbieterwechsel ermöglicht. Profitieren sollen dadurch beide: der Kunde durch geringere monatliche Zahlungen, die Bank durch eine Stärkung der Kundenbeziehung sowie durch Provisionserträge für die Vermittlung der neuen Verträge. Eine erste, bisher nicht genannte Retailbank soll laut Ankündigung im zweiten Quartal dieses Jahres in Kooperation mit Finprove ein entsprechendes Angebot für die Bereiche Strom und Gas einführen. Danach soll das Angebot Produkt für Produkt bis in alle privaten Ausgabenbereiche wie Mobilfunk, Internet, Versicherung oder Streaming-Dienste ausgebaut werden.

Dabei geht es nicht nur darum, den Kunden auf Einsparpotenziale hinzuweisen und durch regelmäßige Erinnerungen und Optimierungsvorschläge die Kundenbindung nachhaltig zu erhöhen. Sondern die intelligente Einbindung in die Banking-Applikation soll Hürden beim Anbieterwechsel abbauen, da der Wechsel durch einen stark vereinfachten Online-Dialog nur noch wenige Klicks erfordern soll. Dank der Analyse der Transaktionsdaten sollen aufwendige Recherchen oder die zeitraubende Eingabe von Stamm- oder Verbrauchsdaten der Vergangenheit angehören.

Das kann durchaus funktionieren. Gerade der Deutsche freut sich bekanntlich immer, wenn er noch etwas sparen kann. Es mag auch stimmen, wenn Finprove auf seiner Website darauf verweist, dass starke Bankmarken wesentlich mehr Vertrauen genießen als vermeintlich unabhängige Vergleichsportale.

Doch gerade an dieser Stelle ist Vorsicht geboten – spätestens dann, wenn es darum geht, dem Kunden günstigere Versicherungsverträge vorzuschlagen. Dann nämlich können Banken schnell einen schlechten Eindruck hinterlassen, wenn der empfohlene Anbieter immer der verbund- oder konzerneigene ist. Ist die Auswahl größer, dann ist darauf zu achten, auch auf die fließenden Provisionen hinzuweisen. Das mussten schließlich in letzter Zeit auch Vermittlungsportale lernen. Wenn aber das Eigeninteresse der Bank an den Empfehlungen deutlich wird, dann

könnte auch das Vertrauen in die Empfehlungen schnell schrumpfen. Immerhin: Einen Versuch ist es allemal wert. **Red.**

Altersvorsorge

Union: höhere Aktienquote für Riester-Sparer

Riester-Verträge sind unter anderem wegen ihrer geringen Rentierlichkeit für die Sparer in die Kritik geraten. Das hält die Union Investment für falsch. Riester werde zu Unrecht schlechtgeredet, so die Überzeugung. Schließlich zeigten die in der Vergangenheit erzielten Renditen, dass das System zumindest bei Fondssparplänen gut funktioniere. Riester-Fondssparpläne, so die Union, seien eines der vernünftigsten, wenn nicht das vernünftigste Altersvorsorgekonzept, mit auf lange Sicht vergleichsweise hohen Ertragschancen, ohne Verlustrisiko für den Anleger.

Aber auch Gutes lässt sich oftmals noch verbessern. Und das hat sich auch die Fondsgesellschaft der Genossenschaftsorganisation vorgenommen. Dazu will sie den Aktienfondsanteil für Sparer der „Uni-Profi-Rente" auf im Regelfall mindestens zehn Prozent erhöhen.

Zwei Maßnahmen sind dazu geplant. Zum einen sollen zum 1. Juli alle Anleger ohne oder nur mit einem sehr geringen Aktienfondsanteil eine Aktienfondsquote von zehn Prozent erhalten. Zum anderen wird das Produktkonzept so weiterentwickelt, dass die Kunden im Niedrigzinsumfeld möglichst lange von einer hohen Aktienfondsquote profitieren können, um so ihre Rente zu erhöhen.

Dazu erfolgt die Starteinzahlung künftig immer zu hundert Prozent in einen Aktienfonds. Fallen die Märkte, wird die Einzahlung umgestellt. Um den gesetzlich vorgeschriebenen Kapitalerhalt garantieren zu können, fließen dann 90 Prozent der Einzahlungen in einen Rentenfonds, auch das Kapital wird umgeschichtet. Genau diese

Umschichtungen konnten bisher jedoch einen „Rendite-Killer" darstellen. Denn einmal umgeschichtetes Kapital blieb dauerhaft im Rentenfonds. An dieser Stelle setzt die Union jetzt an: Zehn Prozent des Kapitals bleiben künftig auch bei fallenden Märkten im Aktienfonds. Und das Vermögen kann in dem neuen Modell schrittweise wieder in Aktienfonds zurückfließen, wenn sich die Märkte erholen. Sogar eine vollständige Rückumschichtung soll möglich sein.

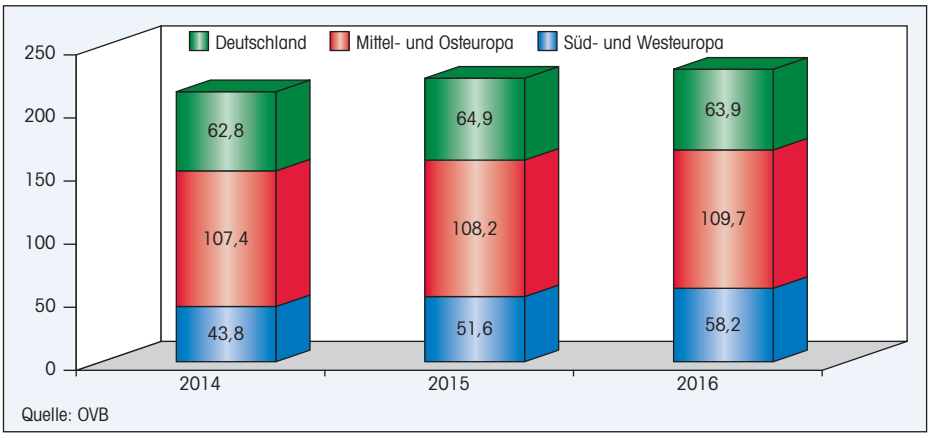
Künftig wird es also bei den Riester-Fondssparplänen von Union Investment mehr „Hin und Her" geben. Auch das kostet natürlich ein Stück weit Rendite. Das ist der Union bewusst, weshalb sie sich der Forderung des Deutschen Aktieninstituts anschließt, die gesetzlichen Garantieverpflichtungen bei Riester-Produkten zu lockern oder aufzuheben. Dann wäre manche Umschichtung vielleicht gar nicht erforderlich. Doch solange das bestenfalls Zukunftsmusik ist, geht es nun darum, im Rahmen der bestehenden Vorschriften zu tun, was möglich ist. Und das kann vielleicht noch einen positiven Nebeneffekt haben: Wenn Riester-Sparer merken, dass ein Vertrag mit einer höheren Aktienquote die Rente stärker steigen lässt als bisher, mag auch das zu einer insgesamt besseren Akzeptanz der Aktienanlage beitragen. **Red.**

Finanzberatung

LVRG hinterlässt Spuren

Der deutsche Markt bleibt für den OVB-Konzern unverändert ein schwieriger. Die Kundenzahl ist 2016 um 1,4 Prozent gesunken, wofür vor allem demografische Aspekte verantwortlich gemacht werden. Unter anderem spielt dabei inzwischen eine Rolle, dass die OVB 1991 als erster Finanzvertrieb den Markteintritt in Ostdeutschland vollzogen hat, sodass es dort inzwischen zu demografiebedingten Bestandsabschmelzungen kommt. Dies zu kompensieren, ist nicht ganz einfach, zumal auch

OVB-Gesamtvertriebsprovisionen nach Regionen (Angaben in Millionen Euro)



Quelle: OVB

die Zahl der hauptberuflichen Vermittler in Deutschland mit 1 300 geringfügig (minus 0,7 Prozent) unter der des Vorjahres lag. Diese nahezu stabile Entwicklung bei den Beraterzahlen wertet CEO Mario Freis angesichts des schwierigen Umfelds sicher zu Recht schon als Erfolg. Es ändert aber nichts daran, dass es erhebliche Anstrengungen erfordern wird, auch bei den Kundenzahlen wieder zu wachsen.

Die Gesamtvertriebsprovisionen in Deutschland waren im Vorjahresvergleich trotz einer deutlich gestiegenen Zahl an Abschlüssen um 1,5 Prozent rückläufig. Hier wirkt sich das Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) aus, das sich in der Umsetzung befindet und dessen Auswirkungen auch 2017 und wohl noch 2018 spürbar sein werden. Im Konzern sank der Anteil Deutschlands an den Provisionen deshalb weiter von 28,9 Prozent (2015) auf 27,6 Prozent (2016).

Angesichts dessen ist es einmal mehr die regionale Differenzierung, die die Abhängigkeit von der Entwicklung in einzelnen Märkten verringert. Gut ein Drittel der Gesamtvertriebsprovisionen kommt mittlerweile aus der Region Süd- und Westeuropa (25,1 Prozent nach 23,0 Prozent im Vorjahr), die sich – vor allem in Österreich – sehr dynamisch entwickelt. Die restlichen 47,3 (48,1) Prozent wurden in den sieben Märkten und Mittel- und Osteuropas generiert, wo die OVB mittlerweile 2,2 Millionen Kunden betreut. Geschäftsdämpfend hat sich dort vor allem die Regulierung in Tschechien ausgewirkt, wenngleich sie später in Kraft trat und weniger „geschäftsschädlich" ausfiel als ursprünglich erwartet, vor allem, weil der erwartete Provisionsdeckel für Lebensversicherungen nicht eingeführt wurde.

Für das Jahr 2017 setzt die OVB in Deutschland auf die Entwicklung einer DIN Norm für die standardisierte Finanzanalyse für Privathaushalte, an deren Erarbeitung sich das Unternehmen beteiligt. Ein solches „Gütesiegel", das auch unter Mitwirkung der Verbraucherschützer (allerdings ohne die beiden kreditwirtschaftlichen Verbünde) erarbeitet wird, spiele der OVB in die Karten, meint Mario Freis. Auswirkungen haben kann dies aber voraussichtlich erst im Jahr 2018. Denn mit einer Einigung auf die neue Norm wird derzeit erst für Herbst 2017 gerechnet.

Geplant sind außerdem Investitionen in Online-Marketing, Beratungsunterstützung und Digitalisierung. Dabei geht es vor allem um die Optimierung von Prozessen, etwa an der Schnittstelle zu den Produktgebern. Mit Blick auf den „Ropo"-Effekt will man zudem den Berater besser in alle Informationsprozesse einbinden. Und bei standardisierten Produkten wie Kfz- oder Auslandsreisekrankenversicherungen, stehen auch Online-Abschlüsse auf der Agenda, wie sie MLP bereits eingeführt hat. Sie werden nicht zuletzt als Mittel der Neukundengewinnung eingeschätzt. Konkret geplant ist an dieser Stelle aber noch nichts. **Red.**