

# **b** *m* -Blickpunkte

## Rechtsfragen

### SMS-TAN: Entgelte vor dem BGH

Schon viel ist in diesem Jahr über „Nebenkosten“ diskutiert worden, die Kreditinstitute im Zahlungsverkehr berechnen. In dieses Umfeld passt ein Urteil, das der Bundesgerichtshof für den 25. Juli angekündigt hat und bei dem es um Extragebühren beim Online-Banking geht. Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (VZBV) hatte – stellvertretend für andere Kreditinstitute – gegen die Sparkasse Groß-Gerau geklagt, die unabhängig vom gewählten Kontomodell für jede zugesandte SMS-TAN ein Entgelt von 10 Cent berechnet.

Die Verbraucherschützer sind der Auffassung, dass dieses Entgelt nicht berechnet werden dürfe, weil jeder Online-Banking-Auftrag aus Sicherheitsgründen zwingend durch eine TAN bestätigt werden müsse. Sie sehen deshalb eine unangemessene Benachteiligung der Kunden im Sinne von § 307 BGB. Vor dem Landgericht sowie dem Oberlandesgericht Frankfurt sind sie damit erfolglos geblieben. Beide Instanzen kamen zu der Einschätzung, dass die SMS-TAN eine freiwillige Zusatzleistung im Interesse des Kunden sei, da es keine gesetzliche Pflicht gibt, Kunden das Online-Banking mit PIN und TAN als Zahlungsauthentifizierungsmitteln anzubieten. Wegen des fakultativen Charakters der Leistung einschließlich der gewählten Form der Übermittlung der TAN könne die Sparkasse diese Sonderleistung mit einem Entgelt bepreisen.

Wie die Bundesrichter das sehen, haben sie nach der rund einstündigen Verhandlung im Juni noch offen gelassen. In jüngster Zeit haben sie aber eher dazu geneigt, solche Nebenkosten nicht zuzulassen. Ob Entgelte für das Bereitstellen

von Transaktionsnummern berechnet werden dürfen oder nicht, wird generell immer aufs Detail ankommen. Der Anwalt der beklagten Sparkasse hatte argumentiert, damals habe die Sparkasse fünf TAN-Varianten angeboten. Es habe somit die kostenlose Alternative gegeben.

Am Schluss könnte genau das entscheidend werden. Ganz ohne Authentifizierungsverfahren nutzt dem Kunden das Online-Konto nichts. Deshalb muss – zumindest nach dem Verständnis des juristischen Laien – im Kontopreis auch die Authentifizierungsmöglichkeit enthalten sein. Wenn dafür mehrere Methoden zur Auswahl stehen, sollte eine davon kostenfrei angeboten werden. Ansonsten ist die Kontopauschale eine Mogelpackung. Hier ließe sich die Argumentationslinie verfolgen die die deutsche Rechtsprechung vor der Einführung des Surcharging-Verbots auch bei Online-Shops verfolgt hat: Ein Verfahren muss in jedem Fall kostenfrei verfügbar sein. Und wie im Online-Shop sollte das ein „gängiges Verfahren“ sein, also eines, das alle Kunden nutzen können und nicht etwa nur solche, die beispielsweise über bestimmte mobile Endgeräte verfügen. **Red.**

## Geldanlage

### Deutsche Anleger konservativ, aber zufrieden

Deutsche Anleger sind mit ihren Anlageentscheidungen deutlich zufriedener als die in anderen Ländern. Die Mehrheit der deutschen Anleger (55 Prozent) bereut seine Investitionsentscheidungen nicht – auch – oder vielleicht gerade obwohl – die eher konservativ ausfallen. Global bereuen lediglich 32 Prozent der Befragten keine ihrer Anlageentscheidungen. Der Rest ärgert sich beispielsweise über ein falsches Markttiming (17 Prozent), verpass-

te Chancen am Aktienmarkt (16 Prozent) oder eine zu geringe Diversifikation (12 Prozent). Zu diesen Ergebnissen kommt der diesjährige Global Investor Survey von Legg Mason. Für die jährlich durchgeführte Umfrage wurden insgesamt 15 300 Anleger in 17 Ländern befragt, darunter 900 deutsche Investoren.

Die Zufriedenheit der deutschen Investoren hängt offenbar eng mit ihrer im internationalen Vergleich immer noch geringen Risikobereitschaft zusammen. So sind 37 Prozent der weltweit befragten Anleger bereit, 2017 höhere Risiken einzugehen, immerhin acht Prozent davon wollen sogar deutlich höhere Risiken auf sich nehmen. In Deutschland hingegen sind lediglich 15 Prozent der Anleger bereit, das Risiko im Portfolio zu erhöhen, und nur zwei Prozent davon würden deutlich höhere Risiken eingehen.

Wenn aber eine hohe Zufriedenheit mit konservativen Anlageentscheidungen zusammenfällt, dann kann das zweierlei bedeuten: Entweder sind die Deutschen schlicht zu dumm, um zu realisieren, dass mit mehr Risiken auch mehr Chancen verbunden sind. Oder sie verzichten ganz bewusst auf diese Chancen, damit aber auch auf die Risiken, die – wenn sie eintreten – in anderen Ländern offenbar die Zufriedenheit sinken lassen. Ersteres ist angesichts der mantraartig wiederholten Mahnungen zu mehr Wertpapiersparen und mehr Mut zum Risiko mehr als unwahrscheinlich. Also muss man wohl davon ausgehen, dass die konservativen Anlageentscheidungen der Deutschen schlicht zur Mentalität passen. Das bestätigt auch die Studie von Legg Mason, in der sich 78 Prozent der deutschen Anleger als konservative oder etwas konservative Investoren beschreiben.

An der globalen Finanzkrise und ihren Auswirkungen liegt das nicht. Denn 46

Prozent der befragten Deutschen sagen, die Auswirkungen der Finanzkrise würden ihre Spar- und Investitionsentscheidungen in keiner Weise mehr beeinflussen. Nur in Schweden ist der Anteil mit 56 Prozent noch höher. Weltweit, und allen voran in den USA, sind die Nachwehen der Finanzkrise noch deutlich stärker zu spüren.

Die konservative Haltung bei Geldanlagen in Deutschland ist also offenbar tief verwurzelt. Dennoch führt das nicht zu einem höheren Anleiheanteil an der Assetallokation. Sondern nach den Anlageklassen befragt, in denen sie sich 2017 umschauen wollen, gaben 52 Prozent Aktien und nur 38 Prozent Anleihen an. Grund hierfür könnten die enttäuschenden Ergebnisse sein, die Anleger mit Anleihen in den letzten Jahren gemacht haben. Denn lediglich acht Prozent der Befragten in Deutschland sagten, dass sich ein höherer Anleiheanteil im Portfolio in den letzten zehn Jahren auch tatsächlich ausgezahlt hätte. Weltweit sind es immerhin zwölf Prozent. **Red.**

### Konditionenpolitik

## Prophylaktische Negativzinsen

Die Diskussionen um die Konditionen im Retailbanking reißen nicht ab. Hatten in den vergangenen Monaten neue Entgelte für die Bargeldversorgung auch an den eigenen Geldautomaten von Banken und Sparkassen die Gemüter erregt, so waren es jetzt einmal mehr die Negativzinsen. Nach Berechnungen des Finanzportals Verivox nehmen mittlerweile 13 Kreditinstitute „Strafzinsen“, reichen also die Negativzinsen an Privatkunden mit hohen Einlagen weiter. Seit Dezember 2016 sind demnach acht Institute hinzugekommen. In der Regel werden die Negativzinsen nur auf Einlagen ab mindestens 100 000 Euro erhoben, manchmal liegt die Grenze auch bei 500 000 Euro.

Ganz vollständig ist die Liste von Verivox offenbar nicht. Denn zum Beispiel die Ham-

burger Volksbank taucht in dieser Liste nicht auf. Gerade die ist aber mit dem Thema besonders offen umgegangen, weil sie damit auf einen Sinneswandel ihrer Einlegekunden zielt (siehe Interview auf Seite 20).

Anders bei der Volksbank Reutlingen. Ihr Preisverzeichnis weist schon für Tagesgeldeinlagen ab 10 000 Euro einen Negativzinssatz von 0,5 Prozent aus, was durch die Pressemeldung von Verivox publik wurde und der Bank prompt eine Abmahnung seitens der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg einbrachte.

Die Bank selbst hat angesichts des öffentlichen Aufschreis dazu Stellung genommen: „Fakt ist, die Volksbank Reutlingen erhebt derzeit keine Negativzinsen von Normalsparern“, heißt es da. „Wie andere Banken auch, führen wir mit einigen unserer vermögenden Kunden, Privat- und vor allem Firmenkunden, Gespräche über die Einführung von Verwahrtgelten für hohe Einlagenwerte über 500 000 Euro. Die Änderung im Preisaushang unserer Privatkonten und das Tagesgeldkonto betreffend, sind rein prophylaktischer Natur. Sie schaffen lediglich die formalen, rechtlichen Voraussetzung zum Beispiel für den Fall, dass ein Neukunde eine Million Euro bei uns anlegen will. Unsere Privatkunden, also der viel zitierte Normalsparer oder kleine Sparer, sind von den Negativzinsen nicht betroffen.“

Die Verbraucherschützer hat diese Argumentation nicht überzeugt. Ob die Negativzinsen tatsächlich erhoben oder nur bekannt gegeben werden, ist ihrer Meinung nach für die Bewertung und als Grundlage der Prüfung unerheblich: Denn durch die Ankündigung im Preisaushang seien die Negativzinsen automatisch Vertragsbestandteil bestehender und künftiger Verträge. Und nach Einschätzung der Verbraucherschützer sind Negativzinsen für Einlagen privater Kunden nicht zulässig.

Ob das so stimmt, ist zumindest noch nicht abschließend gerichtlich geklärt. Das Vorgehen der Volksbank Reutlingen ist

aber dennoch zumindest fragwürdig. Zweifellos ist es nachvollziehbar, wenn sich die Bank prophylaktisch die Möglichkeit schaffen will, Negativzinsen zu berechnen. Trotzdem hinkt die Argumentation.

Wenn die Maßnahme tatsächlich primär darauf zielt, die „vagabundierenden“ Vermögen abzuwehren, von denen derzeit im Markt so viel die Rede ist, dann bleibt die Frage, weshalb die Grenze mit 10 000 Euro so niedrig angesetzt wurde. Schließlich ist das doch eine Größenordnung, die eher auf den eigenem Bekunden zufolge ausdrücklich ausgenommenen Klein- oder Normalsparer zutrifft. Hier drängt sich eher der Verdacht auf, dass man – im Falle, dass es wirtschaftlich notwendig erscheinen sollte – die Möglichkeit haben möchte, quasi über Nacht und ohne die übliche Ankündigungszeit von mindestens zwei Monaten doch auch den Durchschnittssparer in die Negativzinsen einbeziehen zu können, weil es ja so im Preisverzeichnis schon steht.

Transparent ist das skizzierte Vorgehen der Bank jedenfalls nicht: Was nutzt dem Kunden das Preisverzeichnis der Bank, wenn er gar nicht weiß, welche der dort ausgewiesenen Konditionen tatsächlich gelten und welche nicht? Kommunikativ haben die Reutlinger hier bestimmt einen Fehler gemacht. Und auch juristisch könnten sie womöglich auf wackligen Füßen stehen. Wenn nämlich das Preisverzeichnis einen Negativzinssatz ausweist, der über einen gewissen Zeitraum gar nicht berechnet wird, den die Bank aber dann irgendwann doch in Anspruch nehmen möchte, dann werden sich die Kunden möglicherweise auf eine Art Gewohnheitsrecht berufen können, wenn dieser Sinneswandel nicht doch mit der zweimonatigen Vorlaufzeit angekündigt wird. Die prophylaktische Maßnahme hätte dann gar nichts genutzt.

## Kommunikative Nachbesserung der Volksbank Reutlingen



Offenbar hat man das in Reutlingen mittlerweile auch so gesehen. In einem offenen Brief des Vorstands an die Kunden weist die Bank inzwischen auf eine Überarbeitung des Preisaushangs hin, der keine negativen Zinsen mehr vorsieht. Lediglich bei Großkunden behalte man sich individuelle Vereinbarungen in dieser Hinsicht vor. Mit Blick auf „Normalsparer“ gebe es keine Pläne, Negativzinsen einzuführen, sie könnten aber nicht kategorisch ausgeschlossen werden. In der Breite werde man Negativzinsen jedoch nicht einführen, ohne dies rechtzeitig und deutlich mitzuteilen. **Red.**

## Restschuldversicherung

### Banken besser als ihr Ruf

Immer wieder haben Verbraucherschützer sich kritisch zum Thema Restschuldversicherungen geäußert. Das hat die BaFin veranlasst, im Sommer 2016 eine Marktstudie zu diesem Thema durchzuführen. Befragt wurden 33 Versicherungsunternehmen und 34 Kreditinstitute, die die gesamte Marktbreite repräsentieren.

Die kürzlich veröffentlichten Ergebnisse sind dabei teilweise durchaus überraschend. Zum einen ist der Markt für Restschuldversicherungen mit bis zu 8,2 versicherten Personen offenbar größer als bisher angenommen. Das aber ist nicht etwa einer verbreiteten Praxis der Banken geschuldet, Kreditnehmern die Versicherungsverträge aufzudrängen, wie es Verbraucherschützer immer wieder kritisiert haben. Sondern die Mehrzahl der befragten

Banken vergibt tendenziell mehr Verbraucherdarlehen ohne als mit Restkreditversicherung. Drei Banken – das sind fast neun Prozent der Stichprobe – haben sogar gar keine Restschuldversicherung im Angebot, sodass sich im Ergebnis eine Quote von rund 70 Prozent ergibt, die – wenn überhaupt – maximal 50 Prozent ihrer Kredite mit einer solchen Police absichern.

Auf die Branche insgesamt bezogen, konnte die Studie somit den immer wieder kritisierten Abschlussdruck auf die Kunden nicht belegen. Das deckt sich mit den Ergebnissen der letzten GfK-Studie im Auftrag des Bankenfachverbands aus dem Jahr 2016, wonach 74 Prozent der Kreditkunden keine Restschuldversicherung abgeschlossen haben – eine Quote, die sich im Zeitverlauf nicht nennenswert verändert hat und seit 2009 zwischen 71 und 76 Prozent schwankt. Auch die Zahl der eingegangenen Beschwerden (83 waren es 2016) ist laut BaFin angesichts der Größe des Marktes überraschend gering. Ein „Beschwerdeschwerpunkt“ ist das nicht.

Im Einzelfall kann das natürlich anders aussehen. Und so kommt auch die BaFin-Studie zu dem Ergebnis, dass möglicherweise in einzelnen Kreditinstituten gezielte Strategien zum Einsatz kommen, mit denen wirksam überdurchschnittlich viele Kunden zum Abschluss von Restschuldversicherungen veranlasst werden können.

■ Hinweise gab es zum Beispiel dahingehend, dass es – wiederum in Einzelfällen – Vorgaben zu einer bonitätsabhängigen Verknüpfung zwischen der Bereitschaft zur Darlehensvergabe und dem Abschluss einer Restschuldversicherung geben könnte, sprich dass bonitätsschwache Kunden nur dann einen Kredit erhalten, wenn sie eine entsprechende Versicherung abschließen. Dabei bleibt der Untersuchung zufolge offen, ob diese Verknüpfung transparent aufgezeigt wird.

■ Beim Online-Abschluss einer der befragten Banken erweckt die Konstruktion

den Eindruck, als müsse der Kunde die Versicherung in der Menüführung ausdrücklich abwählen. Diesem Punkt will die BaFin nachgehen.

■ Bestätigt hat sich auch die von Verbraucherschützern geäußerte Vermutung, dass die von Versicherungsunternehmen an die Kreditinstitute geleisteten Provisionen teilweise außerordentlich hoch sind und insofern einen Anreiz darstellen, möglichst viele Restschuldversicherungen mit einer möglichst hohen Prämie zu verkaufen.

■ Und bei zwei der befragten Versicherungsunternehmen liegt die Anzahl der Widerrufe doppelt so hoch wie die der gemeldeten Kündigungen. Auch das ist ein Thema, dem die Aufsicht nachgehen will.

Insgesamt kommt die Branche in der Studie aber recht gut weg – sehr viel besser jedenfalls, als es die in den Medien immer wieder aufgebauschte Kritik am Thema Restschuldversicherung hätte vermuten lassen. Soweit kann die Branche zufrieden sein. Der Bankenfachverband hat sich auch nicht die Gelegenheit entgehen lassen, die Bot-

schaft der Studie weiterzuverbreiten. Die Sache hat nur einen Haken: Negativschlagzeilen machen aus Sicht der Medien weit mehr her. Und es ist eine Binsenweisheit, dass sich Negatives dem Gedächtnis weit mehr einprägt als Positives. Es wird also doch etwas hängen bleiben. **Red.**

### Mitarbeiter

## Santander ehrt Jubilare

Alljährlich begeht der Santander-Konzern eine sogenannte Santander-Woche unter dem Motto „We are Santander“. Im Mittelpunkt stehen dabei soziales Engagement, Gesundheit und Sport. Die Bank und ihre Mitarbeiter engagieren sich, und nicht zuletzt geht es darum, den Teamgeist zu stärken, beispielsweise beim Santander-Marathon oder am „Tag der Tat“, an dem beispielsweise Gartenanlagen neu bepflanzt oder Spielplätze gesäubert und neu hergerichtet werden.

Ebenfalls im Rahmen der „We are Santander-Woche“ hat die Bank Mitarbeiter geehrt, die 15, 25 oder sogar 40 Jahre an Bord sind. Das ist nicht nur eine schöne Geste, sondern durchaus mehr – zeigt es doch, dass es nicht immer nur die ganz jungen, dynamischen Kräfte sind, die eine Bank weiterbringen und die etwas Älteren nahezu als „Ballast“ erscheinen lassen, sondern dass auch Erfahrung und Loyalität zum Unternehmen geschätzt und gebraucht wird. In einer Zeit, in der sich der Fachkräftemangel bemerkbar zu machen beginnt, ist das von besonderer Bedeutung. Auch im Hinblick auf das „Employer Branding“ ist die Aktion somit nicht zu vernachlässigen. Einfluss haben kann sie sogar mit Blick auf die Kundenbindung: Denn wer den Eindruck hat, dass der eigenen Bank die Mitarbeiter rasch wieder davonlaufen, der ist selbst vermutlich auch wechselbereiter. Im Gegenzug kann eine hohe Verbundenheit der Mitarbeiter auf die Kunden „abfärben“. Wer sich als Arbeitgeber verantwortlich zeigt, dem unterstellt man leichter, dass er das auch gegenüber den Kunden tut. **Red.**