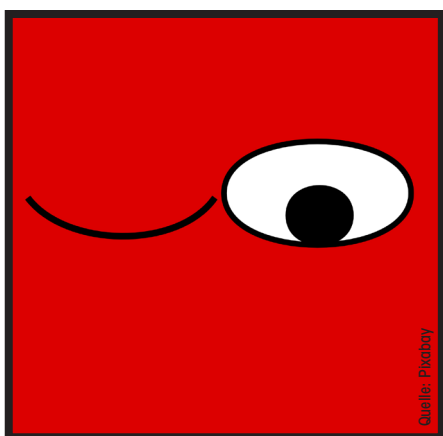


# Auf einem Auge blind



**sb** ■ Wenn es um Banken und Sparkassen geht, dann drängt sich mitunter der Eindruck auf, dass Verbraucher- und Datenschützer auf einem Auge blind sind: Verbraucherunfreundliche Praktiken werden mit schöner Regelmäßigkeit sofort angeprangert. Wenn die Anbieterseite auf entsprechende Mängel an anderer Stelle hinweist, sieht das ganz anders aus. Dann mahlen die Mühlen von Kartell- und Datenschutzbehörden oder Verbraucherzentralen ganz langsam. Ein Beispiel dafür sind die Vergleichsportale, die die Finanzbranche schon länger mit gesunder Skepsis betrachtet hat – weil die gebotene Transparenz in Sachen Provisionen, die von der Kreditwirtschaft eingefordert wird, nicht immer gegeben ist, schon gar nicht im gleichen Umfang, wie es für Banken vorgeschrieben ist. Wie sich Provisionen möglicherweise auf den von den Plattformen gebotenen Marktüberblick oder das Ranking der Anbieter auswirken, will das Bundeskartellamt jetzt zwar untersuchen lassen. Es muss aber die Frage erlaubt sein, warum dies erst jetzt geschieht, während die Interessenkonflikte in der Bankberatung, die sich aus dem Provisionsmodell ergeben, schon so lange ausgiebig diskutiert werden, dass das Vertrauen in die Beratung gründlich ruiniert ist. Auch die Redaktion dieser Zeitschrift hat die Erfahrung gemacht, dass die direkte Frage danach, weshalb Portale an dieser Stelle anders behandelt werden, bestenfalls ausweichend beantwortet wurde.

Beispiel Nummer zwei ist die PSD2 mit dem Kontozugang für Drittdienstleister. Als dieser Vorstoß des europäischen Regulators bekannt wurde, musste sich die Bankenbranche wie der Rufer in der Wüste vorkommen, so wenig fanden ihre Warnungen vor der damit verbundenen Datenschutzproblematik Gehör. Vielmehr wurden sie als bloße Abwehrreaktion einer Branche bewertet, die den Wettbewerb kleinhalten wollte. Mittlerweile haben Banken und Sparkassen sich nolens volens mit dem Thema angefreundet und suchen nicht nur nach Lösungen, den Kontozugang möglichst datensparsam zu gestalten. Sondern sie sehen inzwischen auch neue Chancen, etwa indem sie sich als Identitätsdienstleister positionieren. Ausgerechnet zu diesem Zeitpunkt sind die Datenschützer erwacht und haben sich der Thematik angenommen, wie die Studie der Verbraucherzentrale Bundesverband zum Thema Datenschutz bei digitalen Payments im Internet zeigt. Und siehe da: Es stellt sich heraus, dass es um den Datenschutz bei den banknahen Dienstleistern besser steht als bei ihren Wettbewerbern und dass Verbraucher gut daran tun, genau zu differenzieren, wem sie Zugang zu ihren Konten gewähren (siehe Rote Seiten). So eine Überraschung!

Die Beispiele zeigen jedoch, wo in Sachen Lobbyarbeit künftig ein wichtiges Handlungsfeld liegt, das in der Vergangenheit vielleicht nicht immer ausreichend beachtet worden ist: Nicht nur, aber vor allem vor anstehenden neuen Regulierungen wäre es gut, viel stärker als bisher den Schulterschluss mit Daten- und Verbraucherschützern sowie Wettbewerbshütern zu suchen. Von Letzteren mitgetragen, würden von der Kreditwirtschaft geäußerte Bedenken vermutlich weitaus mehr Gehör finden, als wenn sie von der misstrauisch beäugten Finanzbranche allein kommen. Eine vernünftige Abstimmung mit Daten- und Verbraucherschützern ist schon aus strukturellen Gründen, bedingt durch den föderalistischen Länderansatz, schwierig. So wird es nicht immer einfach, einen Ansprechpartner zu finden, der nicht nur für die Anliegen der Kreditwirtschaft ein offenes Wort hat, sondern zugleich im Zusammenspiel der Institutionen durchsetzungsfähig ist. Dass Banker den Makel des „Wucherers“ seit der Antike bis heute nicht losgeworden sind, macht die Sache nicht einfacher. Aber vielleicht macht die Erfahrung, dass nicht alle Bedenken der Kreditwirtschaft völlig abstrus sind, die Ansprechpartner zumindest ein wenig zugänglicher. Die sich durchsetzende Erkenntnis, dass neue Marktteilnehmer, die sich in die Wertschöpfungskette im Bereich Finanzdienstleistungen einklinken, keinen „Welpenschutz“ mehr brauchen, kann dabei ebenfalls hilfreich sein.