

Die Verbände in Berlin: Sorgen und Superlative

Von Swantje Benkelberg



Die Bundeshauptstadt Berlin verdient auch aus Sicht der kreditwirtschaftlichen Verbände besonderes Augenmerk – nicht nur, weil DSGVO und BVR hier ihren Sitz haben. Für die Sparkassenorganisation war Berlin bis zum Sommer vergangenen Jahres ein Sorgenkind – drohte doch der Verkauf der Landesbank Berlin, eine Bresche in den Verbund zu schlagen. In der Genossenschaftsorganisation ist Berlin eine eher konfliktfreie Stadt der Superlative: Die Berliner Volksbank ist die größte genossenschaftliche Regionalbank in Deutschland, während die Sparda-Bank das mitgliederstärkste Institut ist. Red.

Aus Sicht der Sparkassenorganisation ist Berlin von zentraler Bedeutung – nicht allein, weil sich hier der DSGVO mit internen Fragen und der Interessenvertretung des Verbunds nach außen befasst, sondern weil in Berlin der Angriff auf die Grundfesten der Sparkassenorganisation besonders heftig wütete. Mit dem von der Europäischen Kommission erzwungenen „diskriminierungsfreien“ Verkauf des 81-prozentigen Landesanteils an der einstigen Bankgesellschaft drohte die Bundeshauptstadt zur sparkassenfreien Zone zu werden oder – schlimmer noch – zu einer Bresche in der Einheit der Marke Sparkasse: dann nämlich, wenn ein privater Investor den

Zuschlag erhalten und von seinem Recht auf Weiterverwendung der Marke Sparkasse Gebrauch gemacht hätte.

Im Juni 2007 kam der Bieterwettstreit, an dem sich anfangs 19 in- und ausländische Investoren beteiligten, dann jedoch zu einem aus Sicht der Sparkassenorganisation befriedigenden Ergebnis, als die durch den DSGVO vertretene Erwerbsgesellschaft für 4,6 Milliarden Euro den Zuschlag für die Landesanteile von 81 Prozent an der seit 2006 als Landesbank Berlin Holding firmierenden Bankgesellschaft erhielt.

Sparkassen in Berlin: Einzige Fusion bei der Bildung von Groß-Berlin

Damit kommt eine wechselvolle Geschichte zur Ruhe. Begonnen hat sie im Jahr 1818, als die erste Berliner (und zugleich erste preußische) Sparkasse gegründet wurde. Gut 100 Jahre später, im Jahr 1920 fusionierten im Zuge der Eingemeindung von Spandau, Charlottenburg, Neukölln, Schöneberg, Cöpenick, Wilmersdorf,

Lichtenberg, Weißensee, Pankow, Reinickendorf, Steglitz, Lichterfelde, Treptow und Tegel auch die Sparkassen dieser Gemeinden zur Sparkasse der Stadt Berlin. Und ein Jahr später wurde die Girozentrale Teil der Sparkasse.

Von der Teilung Berlins 1948 war auch die Sparkasse betroffen. Im Westen wie im Osten entstanden Nachfolgeinstitute, die nach dem Fall der Mauer schon im Oktober 1990 unter dem Dach der neugegründeten Landesbank Berlin wiedervereint wurden.

Letztere wiederum wurde 1994 mit der Berlin-Hannoverschen Hypothekenbank AG und der Berliner Bank AG zur Bankgesellschaft Berlin zusammengeschlossen, um die vor dem Zusammenbruch stehende Berliner Bank zu retten. Als Folge von hohen Risiken im Geschäft mit Geschlossenen Immobilienfonds geriet aber auch die Bankgesellschaft im Jahr 2000 in eine existenzgefährdende Situation, die eine Kapitalerhöhung um 1,997 Milliarden Euro erforderte – 1,755 Milliarden davon vom Land Berlin getragen. Diese staatliche

Zum Retail-Geschäft der Landesbank Berlin

Kundeneinlagen Privat- und Firmenkunden	13,596 Milliarden Euro
Kundenforderungen Privat- und Geschäftskunden	9,286 Milliarden Euro
Anzahl Kunden	2 Millionen Privatkunden über 62 000 Firmenkunden
Vertriebsnetz	150 Filialen, 90 SB-Standorte

Stand: 2006

Beihilfe wurde von der EU-Kommission nur unter der Auflage genehmigt, dass sich das Land bis 2007 von seinen Anteilen an der Gesellschaft trennen sollte, womit für die Sparkassenorganisation das Bangen und die Suche nach Lösungen begann.

Bürgerinitiativen gegen Sparkassen-Privatisierung

Weite Teile der Öffentlichkeit wusste der Verbund dabei auf seiner Seite. Umfragen bestätigten, dass eine Mehrheit der Bevölkerung keine Sparkassenprivatisierung wünsche. Auch Bürgerinitiativen wie die „Initiative Berliner Bankenskandal“ und das „Berliner Bündnis Privatisierung“ sprachen sich gegen eine Privatisierung aus.

Ganz leer ausgegangen ist der private Sektor in Berlin gleichwohl doch nicht: Im Zuge der Neuordnung des Konzerns wurde zwar die Weberbank an die WestLB verkauft. Bei der Berliner Bank aber kam – nachdem zwischenzeitlich unter anderem die Berliner Volksbank Interesse bekundet hatte und Karl Kauermann sogar den Erwerb gemeinschaftlich mit der mittelbrandenburgischen Sparkasse Potsdam in die Diskussion geworfen hatte – die Deutsche Bank zum Zuge, die das Institut als Regionalbank weiterführt.

Politischer Triumph und strategische Bedeutung

Mit dem Erwerb der Landesbank Berlin hat die Sparkassenorganisation nicht nur das Aufbrechen des Verbundes abgewendet. Nicht ohne leisen Triumph betont Heinrich Haasis auch, dass man damit den Beweis erbracht habe, dass die dezentrale Struktur der Sparkassenorganisation eine aktive Rolle bei der Gestaltung des deutschen Bankenmarktes nicht behindert. Gleichzeitig habe es sich gezeigt, dass die Privatisierungsforderungen der privaten Banken bloße Lippenbekenntnisse seien: Wer sich nicht einmal fünf Prozent der Sparkassenorganisation leisten könne oder wolle,

brauche die Privatisierung zu 100 Prozent nicht zu fordern.

Jenseits dieser politischen Erwägungen hat Berlin aber auch eine strategische Bedeutung. Als gemeinsames Institut aller Sparkassen könnte die LBB zu einem Produktlieferanten und einer Abwicklungsplattform werden, der die Wettbewerbsfähigkeit der Sparkassenorganisation im Retailgeschäft in den Situationen stärkt, in denen ein Geschäftspartner einen bundesweit einheitlich auftretenden Partner sucht.

Auch die Funktion als Plattform, um mögliche internationale Engagements für die Sparkassen zu organisieren, wäre denkbar, heißt es vom DSGV. All dies sind freilich einstweilen nur Konzepte, die im Verbund erst noch diskutiert werden müssen.

Größter Kreditkartenemittent in Deutschland

Neue Möglichkeiten ergeben sich nicht zuletzt aus der Kompetenz der Bank.

■ So hat die Sparkassenorganisation mit der Landesbank Berlin auch den viergrößten deutschen Hypothekenfinanzierer, die Berlin Hyp, erworben.

■ Und mit 1,5 Millionen ausgegebenen Karten ist die Landesbank Berlin der größte Kreditkartenemittent Deutschlands und zugleich vielfach Vorreiter bei der Produktpolitik, so etwa bei Co-Brandings (die im November 2006 gestartete Amazon-Kreditkarte war 2007 das am schnellsten wachsende Kartenportfolio in Deutschland), beim Thema Picture Card oder im derzeit stark wachsenden Markt der Prepaid-Karten, den die Landesbank Berlin als erstes Kreditinstitut in Deutschland mit großem Erfolg erschlossen hat.

■ Im Verbund mit etwas weniger Begeisterung gesehen wird dagegen die Tatsache, dass die Bank noch während des laufenden Bieterwettstreits rückwirkend zum 1. Januar 2007 von den Sparda-Banken eine Beteiligung von 75 Prozent minus eine Aktie an der Netbank AG, Hamburg, erworben und damit eine weitere Direkt-



bank in den S-Verbund gebracht hat. Die Frage nach der Zukunft dieser reinen Internetbank und ihrer Rolle im Verbund dürfte der Direktbankdiskussion in der Sparkassenorganisation neuen Auftrieb geben.

Im Privatkundengeschäft, das im Wesentlichen unter der Marke Berliner Sparkasse betrieben wird, bezeichnet sich die Landesbank Berlin als Marktführer mit dem dichtesten Filial- und Servicecenternetz in der Hauptstadt (150 Privatkundencenter, 27 Vermögensanlagecenter, drei Immobiliencenter, ein Private Banking Center sowie 90 SB-Standorte). 26 Standorte sind wochentags durchgehend bis 19 Uhr geöffnet, solche in Einkaufszentren bis 20 Uhr. Insgesamt 13 Filialen, darunter sechs in Einkaufszentren haben auch samstags geöffnet.

Der Marktanteil wird mit beinahe 50 Prozent angegeben. Auch wenn er durch den Verkauf der Berliner Bank leicht zurückge-

Die Genossenschaftsbanken in Berlin

	Berliner Volksbank	Sparda-Bank Berlin	PSD Bank Berlin-Brandenburg
Bilanzsumme 2006	10,422 Milliarden Euro	4,9 Milliarden Euro	1,38 Milliarden Euro
Kundeneinlagen 2006	8,74 Milliarden Euro	4,58 Milliarden Euro	1,21 Milliarden Euro
Kundenkredite 2006	5,35 Milliarden Euro	1,138 Milliarden Euro	0,58 Milliarden Euro
Kunden/Mitglieder	Über 600 000 Kunden 114 583 Mitglieder	427 000 Kunden/Mitglieder	80 000 Kunden
Vertriebsstandorte	175	83	1

gangen ist, sieht man sich damit in der Kernregion Berlin-Brandenburg mit Abstand als Marktführer. Die Zahl der Privatkunden beträgt knapp zwei Millionen.

Im Firmenkundengeschäft ist etwas mehr Bescheidenheit angesagt. Hier ist die Landesbank Berlin laut Geschäftsbericht 2006 mit 62 000 Kunden nur „einer der führenden Marktteilnehmer“, habe sich im Verdrängungswettbewerb aber gut behaupten können.

Als Besonderheit nennt man den telefonischen Direktbankvertriebsweg „Business Line“, der sich direkt an Gewerbetunden wendet und als deutschlandweit erster gesamter Vertriebsweg einer Bank ein TÜV-Zertifikat für Service- und Beratungsqualität erhielt.

Berliner Volksbank: zweitgrößte Genossenschaftsbank in Deutschland

Im Genossenschaftssektor ist die Wettbewerbssituation nicht ganz so übersichtlich wie im Sparkassenlager. Denn in der Hauptstadt sind die überregional tätigen Institute selbstredend präsent: So unterhält die BB Bank in Berlin drei Filialen, Apotheker- und Ärztebank, Bank für Sozialwirtschaft, Pax-Bank sowie KD-Bank – die Bank für Kirche und Diakonie jeweils eine.

Ihren Sitz in der Hauptstadt haben indes nur drei Institute des genossenschaftlichen Verbunds: Volksbank, Sparda und PSD Bank. Das Prinzip „Ein Markt – eine

Bank“ ist hier bei den Volksbanken also vollständig umgesetzt – und damit verfügt Berlin über die zweitgrößte Genossenschaftsbank Deutschlands und die größte in den neuen Bundesländern. Unter ihrem seit Januar 2006 amtierenden Vorstandsvorsitzenden Holger Hatje ist die Berliner Volksbank zudem außerordentlich rührig und hat die Gunst der Stunde genutzt, um Marktanteile auszubauen – nicht zuletzt durch Eröffnung neuer Geschäftsstellen, um weiße Flecken auf der Landkarte des Geschäftsgebiets zu besetzen. Dass Berlin auch für den genossenschaftlichen Verbund bis vor wenigen Jahren ein Sorgenkind und die Volksbank mehrere Jahre lang auf Unterstützung der BVR-Siche-



Aus der Anzeigenkampagne 2007 der Berliner Volksbank

rungseinrichtung war, gerät darüber leicht in Vergessenheit.

40 Jahre jünger als die Sparkasse

Die Geschichte der Berliner Volksbank beginnt 1858 als „Vorschussverein zu Treuenbrietzen“ – also genau 40 Jahre später als die der Berliner Sparkasse. Sieben weitere Genossenschaftsbanken wurden in den zehn folgenden Jahren gegründet. Nach dem Zweiten Weltkrieg und der Besetzung Berlins durch die Rote Armee mussten sie – wie alle Banken Berlins – ihre Schalter schließen. Als die Sparkasse wieder öffnen durfte, blieb die Zukunft der Genossenschaftsbanken zunächst offen. Nach zähen Verhandlungen durch Ernst Furche, den Verwalter der ruhenden Zentralkasse Norddeutscher Volksbanken wurde schließlich die Wiedereröffnung nur einer einzigen Volksbank gestattet. So entstand am 16. Januar die Berliner Volksbank mit den bestehenden übrigen Genossenschaftsbanken als Filialen, die später größtenteils durch Fusionen eingegliedert wurden. Ausnahmen waren die Volksbank Friedrichstadt, aus der 1950 die Grundkreditbank hervorging, und die Köpenicker Bank, die wiederum 1998 fusionierten, um die in Schwierigkeiten geratene Köpenicker Bank zu retten

Sanierungsfall um die Jahrtausendwende

Mit der Teilung Berlins wurde, wie die Sparkasse, auch die Volksbank geteilt. Nach dem Fall der Mauer folgten dann eine Reihe von Zusammenschlüssen: 1990 mit der Berliner Volksbank Ost und der Volksbank Falkensee. 1991 wurden die Volksbanken Falkensee, Neuruppin, Strausberg, Potsdam, Oranienburg, Zehdenick und Königs Wusterhausen sowie die Raiffeisenbank Klosterfelde/Bernau eingegliedert, 1992 die Raiffeisenbanken Berlin, Beelitz und Treuenbrietzen. 1996 folgte die Raiffeisenbank Zehdenick, 1997 die Volksbank Eberswalde und 1998 die



Die Smart-Flotte des mobilen Vertriebs

Raiffeisenbank Oranienburg. Ihren Abschluss fand die Fusionswelle mit 16 Instituten in den neunziger Jahren durch den Zusammenschluss mit der Grundkreditbank eG – Köpenicker Bank. Seitdem gibt es in der Bundeshauptstadt nur noch eine Volksbank.

Grund zur Freude darüber gab es anfangs aber nur bedingt. Denn der Zusammenschluss mit der Grundkreditbank eG – Köpenicker Bank war eine Art Notfusion: Selbst bereits durch Wirtschaftslaute und Immobilienkrise nach der Wiedervereinigung geschwächt, musste die schwer angeschlagene Volksbank die Grundkreditbank eG – Köpenicker Bank aufnehmen und zur Schulterung von Altlasten die Hilfe der BVR-Sicherungseinrichtung in Anspruch nehmen.

Die unter Karl Kauermann vollzogene Sanierung ist aber mittlerweile Geschichte. Seit 2005 schreibt die Berliner Volksbank wieder schwarze Zahlen.

Mit rund 532 000 Privat- und 70 000 Firmenkunden, darunter über 114 582 Mitgliedern, mit 2 850 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme von 10,4 Milliarden Euro 2006 ist sie die zweitgrößte Genossenschaftsbank Deutschlands nach der bundesweit agierenden Apotheker- und Ärztebank. Unter den Kreditgenossenschaften in den neuen Bundesländern belegt sie sogar den ersten Rang. Das Geschäftsgebiet umfasst Berlin und Branden-

burg, darunter alle Landkreise, die direkt an Berlin angrenzen.

Vertriebsnetz wird ausgebaut

Ihr Vertriebsnetz steht dem der Sparkasse denn auch nicht sehr nach: Es umfasst 128 Filialen, davon 84 in Berlin und 44 Beratungscenter in Berlin

und Brandenburg. Und ein Ausbau des Zweigstellennetzes ist in vollem Gange. 2006 und 2007 wurden jeweils zehn Filialen neu eröffnet. Mit zwei „Zaster Lastern“, mobilen Geldautomaten, die auf einem Fahrzeug vom Typ Piaggio APE TM montiert sind, sorgt die Bank mit eigenen Angaben zufolge überwältigendem Erfolg für die Bargeldversorgung bei Veranstaltungen wie Straßenfesten, Konzerten oder Sportveranstaltungen. Und auch der Vertrieb ist mit einer Flotte von 140 Smarts mobil.

Wie bei der Sparkasse gibt es auch bei der Volksbank seit 2001 die Samstagöffnung – allerdings nur in vier Filialen, während es bei der Sparkasse 13 sind.

Auch im Kartengeschäft liefert die Volksbank der Landesbank Berlin mit innovativer Produktpolitik einen ordentlichen Wettbewerb. Regionale Produkte wie Sportkarten im Design von Hertha BSC, 1. FC Union und EHC Eisbären sowie eine Hauptstadt Zoo Bankcard, bei der die Kunden aus elf Tiermotiven – darunter auch der Eisbär Knut – wählen können.

Im Rahmen des 2003 eingeführten Mitglieder-Bindungsprogramms „Bankteilhaber Bonus Punkt“ fungiert die Bankcard zugleich als Rabattkarte in über 1 600 Geschäften der Stadt. Gegen Vorlage der Bankcard mit dem orange-farbenen Bonuspunkt räumen Geschäftskunden der Bank den Mitgliedern Vergünstigungen ein.

Über das Programm „Kunden werben Kunden“ sowie die Eröffnung neuer Filialen konnte die Bank von August 2001 bis September 2007 44 242 Neukunden gewinnen.

Im Mittelstandsgeschäft gibt es seit 1996 eine Unternehmerakademie, die speziell auf den Mittelstand zuge-



schnittene Seminare anbietet. Existenzgründer werden in einem eigenen Gründungscenter begleitet. Und mit der Initiative Start-Partner wird die Auftragsvergabe an Existenzgründer in



der Region gefördert. Partner der Bank sind mittelständische Firmen, die sich bereit erklären, mindestens zwei Prozent ihres Beschaffungsvolumens an regionale Existenzgründer zu vergeben.

Als Besonderheit sieht man zudem das Kunstforum mit einer 600 Quadratmeter großen, runden Ausstellungsfläche, die neben Kunstausstellungen auch für Veranstaltungen und neuartige Vertriebsansätze genutzt werden kann.

Sparda-Bank Berlin: einzig Sparda-Bank im Osten

Mit der Sparda-Bank Berlin eG ist sie in der Bundeshauptstadt die nach der Berliner Volksbank zweitgrößte Genossenschaftsbank in den neuen Bundesländern. Mit über 427 000 Mitgliedern (davon 20 000 Netto-Neumitglieder 2006) ist sie das bundesweit mitgliederstärkste genossenschaftliche Kreditinstitut. Innerhalb der Sparda-Gruppe ist sie die viertgrößte Bank und zugleich die einzige, die im Gebiet der früheren DDR tätig ist. Flächenmäßig verfügt sie damit über das größte Geschäftsgebiet aller Sparda-Banken. In der BVR-Rangliste der Mitgliedsbanken nach Bilanzsumme 2006 belegt sie Rang acht.

Auch für den Verbundpartner Schwäbisch Hall ist die Sparda Berlin einer der größten

Vermittler: 2006 nahm sie mit einer vermittelten Bausparsumme von 252,2 Millionen Euro unter den Genossenschaftsbanken den dritten Platz ein. Im Versicherungsgeschäft arbeitet sie – wie die übrigen Sparda-Banken – nicht mit der R+V, sondern der DEVK zusammen und ist dabei der größte Vermittler für die DEVK.

Im Wettbewerb vor Ort punktet die Bank vor allem mit der von der Stiftung Warenfest mehrfach verliehenen Auszeichnung „Erste Wahl“ im Vergleich von Girokonto-Modellen. Im Jahr der Fußball-WM nutzte man zudem das Großereignis für die Neukundengewinnung: Jeder 500. Neukunde im ersten Halbjahr durfte als VIP-Gast der Bank ein WM-Spiel in Leipzig erleben. Insgesamt konnten damit über 30 000 neue Kunden und Mitglieder gewonnen werden.

Insgesamt zählte die Bank Ende 2006 530 000 private Kunden, davon 425 000 Girokonto-Inhaber. 31 000 Girokonten wurden 2006 neu eröffnet – und zwar vorwiegend von Kunden in der interessanten Altersgruppe bis 55 Jahre. Macht dieses Segment am Kundenbestand etwa 28 Prozent aus, so war der Anteil unter den Neukunden teilweise doppelt so hoch.

Im Kreditgeschäft konzentriert sich die Bank – wie die übrigen Institute der Spar-

da-Gruppe – überwiegend auf die Baufinanzierung, wo sie auf eine seit Jahren unterdurchschnittliche Risikovorsorge verweist. Hohes Potenzial sieht man daneben aber auch im 2006 eingeführten Online-Abschluss von Konsumentenkrediten. Daneben wird über Kooperationen mit dem Autohandel die Autofinanzierung angeboten.

Was die lokale Präsenz angeht, befinden sich von den 83 Geschäfts- und SB-Stellen zehn (sechs Zweigstellen und vier SB-Center) in Berlin.

PSD Bank Berlin-Brandenburg: nur langsames Wachstum

Verglichen mit Volksbank und Sparda ist die PSD Bank Berlin-Brandenburg eG mit einer Bilanzsumme von 1,38 Milliarden Euro ein Zwerg. In der Rangliste der Genossenschaftsbanken in Deutschland rangiert sie weit hinter ihren beiden genossenschaftlichen Wettbewerbern in Berlin auf Rang 71. Und selbst unter den 15 PSD Banken liegt das in der Hauptstadt ansässige Institut mit Platz sieben nur im Mittelfeld – obwohl der Berliner Post-Spar- und Darlehensverein in der Frühgeschichte der heutigen PSD Banken 1897 nicht nur der mitglieder-, sondern auch der guthabenstärkste Verein war.

Ein Ärgernis sind die grünen Genossen den beiden Wettbewerbern in Berlin also nicht. Dennoch ist auch die PSD Bank auf Wachstumskurs, seit sie ihren Kundenkreis auf neue Kundengruppen erweitert hat: 2001 um Mitarbeiter von Polizei, Feuerwehr, Justiz, Bundesgrenzschutz und Zoll, 2003 auch auf die Beschäftigten von Finanzämtern und schließlich auf Privatkunden generell. Um den Bekanntheitsgrad zu erhöhen und Neukunden zu gewinnen, wird seit 2005 in der Öffentlichkeit kontinuierlich geworben. Dennoch wächst die Kundenzahl der „beratenden Direktbank“ vergleichsweise langsam: 2006 wurden netto 2 636 Kunden gewonnen.