

b*m* - Blickpunkte

Bankenkrise

Verbundinstitute in eigener Sache

So schwerwiegend sind offenbar die Vertrauensverluste der Bürger ins Banksystem und so groß werden die daraus resultierenden Chancen für die Primärbanken der beiden Finanzverbände eingeschätzt, dass sich in Bayern verschiedene Sparkassen und Genossenschaftsbanken – und mithin die schärfsten Konkurrenten um den bayerischen Retailkunden – zusammengetan haben, um in einer Zeitungsannonce gemeinsam über die Einlagensicherung ihrer Institute zu informieren und damit ihre Kunden zu beruhigen.

Das gemeinsam in lokalen Medien geschaltete Motiv ist betont sachlich gehalten und schlicht gestaltet. Es gleicht eher einer Info-Broschüre als einer Werbeanzeige. Damit trägt es nicht nur der Tragweite der Situation, sondern auch der Tatsache Rechnung, dass es den Banken und Sparkassen zwar erlaubt ist, Kunden über ihren Institutsschutz zu unterrichten, sie jedoch nicht

damit werben dürfen (siehe auch Geschwandtner, Seite 21). Hier ist ein schmaler Grat geschickt beschriftet worden. **Red.**

Europäische Einlagensicherung

Echte Vertrauensbildung?

Wie angekündigt, hat die EU-Kommission am 15. Oktober Vorschläge für die Reform der EU-Einlagensicherung vorgelegt, um den Schutz der Einleger zu verbessern und dadurch zugleich das Vertrauen in das Banksystem zu festigen (siehe auch Seite 28). Die Mindestdeckungssumme für Spareinlagen soll innerhalb eines Jahres von 20 000 auf 100 000 Euro angehoben werden. Ein Selbstbehalt, bei dem der Kunde einen Teil der Verluste selbst tragen muss, wird abgeschafft. Und im Fall einer Bankpleite werden die Wartezeiten für die Kunden drastisch verkürzt, von bisher drei Monaten auf künftig drei Tage.

Vom Ansatz her sind die Vorschläge gewiss gut. Namentlich die Verkürzung der Zitterpartie für den Kunden im Ernstfall dürfte sicher einhellig begrüßt werden, wenn auch eine so drastische Beschleunigung wohl nur mit erheblichen Anstrengungen zu haben ist. Im deutschen Markt werden die geplanten Änderungen dennoch vermutlich wenig Neues bringen. Schließlich kann der weitaus größte Teil der deutschen Bankkunden schon heute – auch ohne das Garantieverprechen der Kanzlerin – auf unbegrenzte Einlagensicherheit vertrauen.

Auch im Wettbewerb wird die aufgestockte gesetzliche Einlagensicherung sich – wenn überhaupt – wohl nur in Maßen auswirken. Wettbewerbsvorteile etwa für die Sparkassen, die schon heute mit Sicherheit ohne Betragsobergrenze aufwarten können, mögen dadurch zwar auf den ersten Blick reduziert werden, wie es sich die Kommission erhofft. Doch könnte dies eher theoretischer Natur sein. Nicht nur ehemalige Kaupthing-Kunden werden im grenzüberschreitenden Geschäft, das die EU so gerne ankurbeln möchte, in Zukunft eher vorsichtig sein. Die „gefühlte“ Sicherheit ist bei einheimischen Anbietern allein schon deshalb höher, weil es im Inland leichter scheint, im Ernstfall seine Ansprüche geltend zu machen. **Red.**

Öffentlichkeitsarbeit

Banken informieren in der Krise gut

„Sind meine Einlagen sicher?“, ist derzeit wohl die Frage, die die deutschen Bankkunden am heftigsten bewegt. Und wer sie über die finanziellen Risiken der Finanzkrise informieren sollte, darüber sind sich die Bürger einig: 68 Prozent bauen diesbezüglich auf ihre Bank. 53 Prozent sehen eher die Regierung in der Pflicht und 44 Prozent die Medien. Dabei schneidet die Öffentlichkeitsarbeit der Kreditinstitute in den Augen der Kunden gar nicht schlecht ab: Fragt man die Verbraucher, wer sie bislang noch nicht genug informiert habe, so nennen 61 Prozent die Regierung und 50 Prozent die Verbraucherzentralen. Erst an dritter Stelle und mit gerade einmal 26 Prozent Nennungen folgen die Banken.

Mit gutem Beispiel vorangegangen sind in den vergangenen Wochen vor allem ausländische Kreditinstitute: Sie dürften – insbesondere nach den Schwierigkeiten der

Kaupthing Edge Bank – das Misstrauen der Kunden am deutlichsten gespürt haben. Die ING-Diba beispielsweise reagierte mit einem Schreiben an alle Kunden, in der sie ihre Zugehörigkeit zum Einlagensicherungsfonds des Bundesverbandes deutscher Banken e. V. erläuterte. Der Fonds sichere jede Einlage bis zu 30 Prozent des haftenden Eigenkapitals ab. Für die ING-Diba seien das bis zu 1,23 Milliarden Euro. Dass der Brief gleichzeitig als Werbung für die Festgeld-Produkte des Kreditinstituts genutzt wurde, der Kunde wird drüber wegsehen. **Red.**

Bankenkrise

Kaupthing Edge wirbt bis zum bitteren Ende

Anfang Oktober dieses Jahres überschlugen sich bekanntlich die Schreckensmeldungen von den Finanzmärkten aus aller Welt. Besonders hart war der kleine Inselstaat Island betroffen. Das zweit- und drittgrößte Kreditinstitut des Landes wurden verstaatlicht und die Aktie der auch in Deutschland tätigen größten isländischen Bank Kaupthing Edge war – neben Papieren weiterer Kreditinstitute – von der Börsenaufsicht wegen enormer Verluste aus dem Handel genommen worden. Am 7. Oktober beschrieb Ministerpräsident Geir Haarde den Staatsbankrott seines Landes als durchaus realistisches Szenario.

Doch während am darauffolgenden Tag auf den Titelseiten großer deutscher Tageszeitungen über Haardes Worte debattiert wurde, schaltete die Kaupthing Edge in eben diesen Medien noch immer ihre Printanzeige, in der sie für die Konditionen ihrer Festgeld- und Tagesgeldkonten warb. Schon kurz darauf, am 9. Oktober, ordnete die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht ein Moratorium über die deutsche Niederlassung des Instituts an. Die Konten der deutschen Kunden – es sollen 30 800 Personen mit rund 308 Millionen Euro Einlagen sein – sind zunächst eingefroren worden.

Dass den Verbrauchern beim Anlegen ihrer Gelder sowohl die schwierige Situation der isländischen Banken als auch die Bedingungen des Einlagenschutzes hätten bewusst sein können, steht außer Frage. Sie haben sich frei für das hochverzinsten Tagesgeldkonto entschieden. Doch derzeit sorgen sich viele Bankkunden – nicht nur der Kaupthing – um die Sicherheit ihrer Einlagen. Auf sie dürfte das Werben bis kurz vor Toresschluss nicht unbedingt vertrauensbildend gewirkt haben. Die Krone setzt dem ganzen aber der Slogan der Kaupthing auf: Er lautet: „Zinsen auf hohem Niveau. Vertrauen auf lange Sicht.“ **hm**

Konsumentenkredit

Readybank: Die Teambank lässt grüßen

Beim Konsumentenkredit haben die Sparkassen nach wie vor Nachholbedarf. Während ihr Marktanteil im Privatkundengeschäft insgesamt rund 50 Prozent beträgt, liegt er bei Konsumentenkrediten lediglich bei 15 bis 20 Prozent. Allein mit dem Autokredit der Deutschen Leasing ist das Nachholpotenzial sicher nicht zu heben. Schließlich macht die Autofinanzierung in dem Geschäftsfeld zwar einen wichtigen Teil aus, aber eben doch nicht alles.

Der Aufholjagd hat sich deshalb nun auch die Readybank AG, Düsseldorf, eine Tochter der WestLB, verschrieben. Ihr „Ready & Go“-Kredit soll das werden, was bei den Genossen der „Easy Credit“ ist – nach dem gleichen Modell, wie es die Genossenschaftsorganisation mit der Teambank verfolgt. Der Vertrieb soll allein über die Sparkassen erfolgen, die Readybank wird zum Abwicklungsspezialisten im Hintergrund. Wesentlicher Unterschied zum Konzept der Genossen: Es gibt keine Kredit-Shops und die Readybank realisiert für Sparkassen auch den Vertrieb am PoS im Einzelhandel.

Insgesamt 50 Sparkassen in Nordrhein-Westfalen und damit mehr als die Hälfte

der Institute in der Region haben bereits die Kooperation vereinbart oder fest zugesagt. Über 20 davon sind bereits in verschiedenen Ausbaustadien im Vertrieb aktiv: im ersten Schritt online oder auch schon im Filialgeschäft. Erste Pilotprojekte mit fünf Sparkassen haben sich bereits als erfolgreich erwiesen. Zwischen Mai und Juli stieg hier das Geschäft mit Konsumentenkrediten um durchschnittlich 38 Prozent an. Bis 2013 soll sich der Marktanteil der Readybank bei den Konsumentenkrediten verzehnfachen. Umgerechnet auf den Marktanteil der Sparkassenorganisation insgesamt wird der Anstieg aber deutlich geringer ausfallen – schon allein deshalb, weil vermutlich etliche Institute das Konzept erst einmal beobachten, ehe sie sich ebenfalls für eine Vertriebsvereinbarung entscheiden.

Ab 2009 ist nach Readybank-Angaben der Vertrieb in mehr als tausend Filialen in Nordrhein-Westfalen gesichert. Bundesweit sollen in den kommenden Jahren weitere Kooperationen folgen. Vorsichtige Interessensbekundungen aus dem süd- und ostdeutschen Raum gebe es bereits. Eine weitere Parallele zur Genossenschaftsorganisation gibt es, was das (mit 22 Standorten vergleichsweise bescheidene) Filialnetz der Readybank betrifft. Wie die Teambank will sich auch die WestLB-Tochter davon trennen. Positive Signale aus dem Markt gebe es bereits. Es wurden aber noch keinerlei Gespräche geführt. **sb**

Konsumentenkredit

Zahnersatz auf Raten

In dem Maße, wie die Leistungskataloge der gesetzlichen Krankenversicherungen zusammengestutzt werden, tut sich eine Lücke bei der Finanzierung privat zu bezahlender Gesundheitsleistungen auf. Für Leistungen wie den Zahnersatz können Zusatzversicherungen abgeschlossen werden, die freilich auch nicht jeder Versicherte hat. Andere Dinge wie das Augen-Lasern, teure Check-up-Untersuchungen, künstliche

Befruchtungen oder moderne Hörgeräte fallen gänzlich durch das Raster.

Hier hat die GE Money Bank GmbH, Hannover, eine neue Marktlücke für den Vertrieb von Konsumentenkrediten entdeckt: Immer dann, wenn schnell gehandelt werden muss und keine Zeit zum Ansparen der erforderlichen Mittel vorhanden ist, empfehle sich die Aufnahme eines Sofortkredits. Die Nettoauszahlungsbeträge für dieses Segment liegen zwischen 1 500 und 50 000 Euro. Bei Krediten bis 10 000 Euro genügt die Vorlage des Personalausweises und der letzten Gehaltsabrechnung.

Fragen zur Gesundheitsprüfung enthält das Antragsformular nicht. Unter Risikogesichtspunkten wird der Kredit für Gesundheitsleistungen in Hannover nicht anders behandelt als sonstige Kredite auch. In einer Hinsicht ist dies sicher nachvollziehbar: Sicherheiten gibt es hier so wenig wie bei Konsumgütern. Krankheiten aber können – allen Behandlungen zum Trotz – das Leben eines Menschen möglicherweise so stark verändern, dass eine unter „normalen“ Voraussetzungen solide Kalkulation letztlich doch nicht mehr aufgeht. Und was ist, wenn beispielsweise die künstliche Befruchtung zu Zwillingen führt, die Mutter für die Kinder ihren Beruf aufgibt und der Vater bald darauf arbeitslos wird?

Allzu offensiv vertrieben wird der Kredit für Gesundheitsdienstleistungen denn auch nicht. Abgeschlossen werden kann er am Bankschalter, über das Internet oder bei einem Beratungstermin zu Hause. Vertriebskooperationen mit Ärzten gibt es bislang nicht. Eine Zusammenarbeit mit einem Hersteller von Zahnprothesen war wenig erfolgreich. Deshalb wird dieser Vertriebsweg derzeit nicht weiter verfolgt. Und dies ist möglicherweise auch gut so: Ärzte nämlich, die in den Ruf geraten, Patienten unter Hinweis auf die Möglichkeit der Kreditsfinanzierung teure Behandlungen aufzuschwatzen, würden gewiss die Kritik von Verbraucherschützern auf sich ziehen. **Red.**

Investmentfonds

Steuerargument: nur aufgeschoben

Für die Fondsindustrie hätte es ein gutes Jahr werden sollen: Von der Einführung der Abgeltungssteuer 2009 hatte man sich für 2008 einen „Schlussverkaufseffekt“ versprochen. Schließlich kann, wer vor dem Stichtag investiert, aufgrund der Altfallregelung die Abgeltungssteuer noch umgehen. Nun droht die Finanzkrise entsprechenden Vertriebskonzepten, die vor allem auf das letzte Quartal zielten, einen Strich durch die Rechnung zu machen. Angesichts des Garantieverprechens der Kanzlerin, das selbstredend nur für Bankeinlagen gelten kann, und der Talfahrten an den Börsen schichten viele Privatkunden ihre Anlagen um – zulasten von Aktien und eben auch Fonds. In der aktuellen Lage kann das Vertriebsthema Abgeltungssteuer somit vermutlich allenfalls zur Stabilisierung des Wertpapiergeschäfts dienen. Und selbst damit dies gelingt, ist Kreativität gefragt.

Eine solche kreative Lösung hat die Union Investment gefunden, indem sie die Überzahlung des Riester-Produktes Uni-Profi-Rente ermöglicht und damit das Konstrukt auch für diejenigen öffnet, die ihre Zulagen bereits anderweitig ausgeschöpft haben oder nicht zulagenberechtigt sind. Die Obergrenze wird von bisher 2 100 auf 40 000 Euro pro Jahr angehoben. Die überzahlten Beträge beziehungsweise Verträge von nicht Zulagenberechtigten unterliegen nicht der Abgeltungssteuer – sofern der Sparer bei Auszahlung älter als 60 Jahre ist und der Vertrag zwölf Jahre bestand. Wie bei Lebensversicherungen auch, wird dann nur die Hälfte der Erträge mit dem persönlichen Steuersatz besteuert.

In der aktuellen Situation mag auch dieser Ansatz dem Fondsgeschäft vielleicht nur wenig helfen. Immerhin: Er bietet die Chance, das Steuerargument auch über den Stichtag 1. Januar 2009 hinaus zu nutzen, wenn sich die Stimmung vielleicht wieder aufzuhellen beginnt. **Red.**