

bm - Blickpunkte

Verbraucherschutz

Portale im Fokus

Buchungs- und Vergleichsportale im Internet zeigen Nutzern häufig nicht den günstigsten Preis an. Das hat der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) e.V., Berlin, als Ergebnis einer Studie im Rahmen der Initiative „Marktwächter Digitale Welt“ festgehalten. Konkret geht es dabei zwar nur um die Bereiche Energie, Telekommunikation und Flugreisen. Dass der VZBV sich im Kontext mit dem Basiskonto jedoch besorgt darüber gezeigt hat, dass die von der EU vorgesehenen Vergleichsportale von privaten Anbietern betrieben werden sollen, weil sich dann der Konflikt zwischen Vergleichszweck und wirtschaftlichem Interesse der Seitenbetreiber nicht auflösen lasse, ist jedoch ein Indiz dafür, dass die Verbraucherschützer allmählich auch im Bereich Finanzen die Portale in den Fokus rücken.

Das ist im Interesse eines fairen Wettbewerbs auch geboten. Denn wer es Banken und Sparkassen zum Vorwurf macht, wenn sie bevorzugt eigene beziehungsweise Konzernprodukte verkaufen oder sich bei der Produktempfehlung von Provisionen beeinflussen lassen, der muss Vergleichbares auch bei den Portalen anpreisen.

Auch bei solchen Plattformen im Internet müssen – ob es nun um Finanz- oder andere Themen geht – Verflechtungen mit Anbietern in gleicher Deutlichkeit offengelegt werden, wie dies für Kreditinstitute gilt. Und um beurteilen zu können, ob die im Ranking weit oben angezeigten Angebote wirklich die vorteilhaftesten sind, sollte der Verbraucher auch über die Höhe der vom Anbieter gezahlten Provisionen aufgeklärt werden – und zwar nicht in einer Fußnote, sondern in dem Moment, wo er das konkrete Angebot anklickt.

Hier stehen das Thema Verbraucherschutz beziehungsweise die diesbezügliche Regulierung noch ganz am Anfang. Immerhin scheint sich die Politik im Zuge der Umsetzung der Zahlungskontenrichtlinie darüber Gedanken gemacht zu haben, was Vergleichsportale im Hinblick auf Transparenz beachten sollten.

Wettbewerbsgleichheit sollte es aber nicht nur in Sachen Transparenz geben, sondern auch mit Blick auf die Umsetzung von Vorgaben für den Vertrieb. Das sieht zumindest der Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK), Bonn, so und hat wegen unlauteren Wettbewerbs gegen Check 24 geklagt. Der Prozess läuft seit Februar dieses Jahres vor dem Landgericht München. Der BVK wirft dem Portal vor, de facto ein Versicherungsmakler zu sein, ohne dies den Verbrauchern gegenüber auch so zu kommunizieren und die gesetzlichen Anforderungen für Versicherungsvermittler einzuhalten. Vielmehr würden die Kunden unter dem Deckmantel eines Preisvergleichsportals angelockt.

Ganz ist diese Argumentation vielleicht nicht nachzuvollziehen. Schließlich merken die Kunden spätestens dann, wenn sie zur Eingabe ihrer persönlichen Daten aufgefordert werden, dass es hier nicht um einen anonymen Vergleich geht, sondern dass Vertriebsabsichten dahinterstecken.

Dennoch muss natürlich gleiches Recht für alle gelten. Und wenn Gerichte in der Vergangenheit wiederholt Kooperationen von Versicherern mit Handelsunternehmen untersagt haben, weil sie die Händler eben nicht bloß als „Tippgeber“, sondern als Versicherungsvermittler sahen und deshalb auf die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen pochten, dann ist es gut möglich, dass das Landgericht Mün-

chen sich auf einen ähnlichen Standpunkt stellt. Das wäre dann zwar ein kleiner, aber dennoch wichtiger Schritt für die Branche. Denn es würde zeigen, dass nicht alles, was auf digitalen Kanälen die etablierten Geschäftsmodelle im Bereich Finanzdienstleistungen angreift, automatisch gut und richtig ist und keiner regulatorischen Aufsicht bedarf. **Red.**

Finanzberatung

MLP in Kauflaune

Seit dem Jahr 2005 ist der MLP-Konzern im Umbau. Im Kern geht es darum, sich breiter aufzustellen und die Abhängigkeit vom Beratungsbereich Altersvorsorge zu verringern. 2005 lag deren Umsatzanteil bei 80 Prozent, mittlerweile ist er auf 42 Prozent gesunken. 32 Prozent entfallen inzwischen auf das Vermögensmanagement, 9 Prozent auf Kranken- und 11 Prozent auf Sachversicherung.

Angesichts des schwierigen Marktumfelds für die Altersvorsorge mit einem Bevölkerungsanteil von 40 Prozent, der nichts für die Altersvorsorge spart (laut Vermögensbarometer des DSGV), konnte MLP im Jahr 2015 so stark wie noch nie von der Verbreiterung der Umsatzbasis profitieren, zu der der Erwerb des Fonds-Vermögensverwalters Feri im Jahr 2011 und des Versicherungsmaklers Domcura 2015 beigetragen haben. Ohne diese breitere Aufstellung, so der Vorstandsvorsitzende Dr. Uwe Schroeder-Wildberg, hätte ein Jahr wie das vergangene das Unternehmen schwer getroffen. Denn während die Umsätze im Vermögensmanagement um 13 Prozent auf 166 Millionen Euro stiegen, in der Sachversicherung um 59 Prozent auf 54,9 Millionen Euro, in der Krankenversicherung um 6 Prozent auf 45,9 Millionen Euro und im Bereich Finanzierung um

19,1 Prozent auf 16,2 Millionen Euro, sanken sie im Bereich des einstigen Flagg-schiffs Altersvorsorge um zehn Prozent auf 215,7 Millionen Euro.

Die Zurückhaltung in Sachen Altersvorsorge, so Schroeder-Wildberg, ist emotional sicher verständlich. Rational ist sie jedoch nicht. Er geht deshalb davon aus, dass die Rentenversicherung richtig ist und bleibt – und dass der Markt „wiederkommen“ wird, wenn auch in veränderter Form. Die einstige Bedeutung werden Lebens- und Rentenversicherungen nie wieder erreichen, so seine Überzeugung, vielleicht auch deswegen, weil der Trend von klassischen Produkten zu innovativen Garantien geht.

Von diesem „Wiederkommen“ des Marktes will MLP überproportional profitieren und dazu auch wieder verstärkt Akquisitionsgelagenheiten im Privatkundengeschäft in den Fokus nehmen. Helfen soll dabei das Lebensversicherungsreformgesetz. Denn die dort festgelegte Begrenzung des Höchstzillmersatzes verstärkte den Druck vor allem auf Anbieter mit begrenztem Produktspektrum und wenig Qualitätsorientierung, die in hohen Stornoquoten zum Ausdruck kommt. Zudem tragen die Umsetzung von MiFID II und der Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD II ihren Teil dazu bei, den Markt zu bereinigen. Damit hätten sich die Preise für solche Unternehmen wieder normalisiert. Anorganisches Wachstum um jeden Preis will MLP jedoch nicht. Hier schaue man sehr genau, ob „Qualität und Kultur“ zum eigenen Haus passen.

Wachsen will MLP zudem durch die Gewinnung neuer Berater sowie durch eine Online-Initiative. 2015 wurde mit „Financify“ ein neues Internetangebot für junge Erwachsene aufgebaut. Seit Dezember ist in Kooperation mit dem Fintech Massup erstmals ein Online-Produktabschluss möglich, zunächst für Elektronikversicherungen. In Kürze soll die Auslandskrankenversicherung folgen. Die Idee dabei: Mit den neuen Angeboten sollen Verbraucher MLP unkompliziert im Netz kennen-

lernen und im Optimalfall dann auch Kunde werden. Online bleibt deshalb erst einmal den vergleichsweise standardisierten Produkten mit geringem Beratungsbedarf vorbehalten. **Red.**

Direktbanken

ING-Diba: Strategische Reserven genutzt

In Zeiten niedriger Zinsen oder in manchen Segmenten gar Negativzinsen ist es für Kreditinstitute mit einem Geschäftsschwerpunkt im Einlagengeschäft schwer, das bisherige Ertragsniveau auch nur zu halten. Denn speziell im Privatkundengeschäft werden sich negative Einlagenzinsen am Markt kaum durchsetzen lassen. Und damit droht dieses Segment im harten Wettbewerb mehr und mehr zum Zusatzgeschäft zu werden.

Wie sehr die in diesem Geschäftsfeld verankerten Kreditinstitute unter der momentanen Zinssituation leiden, zeigt sich beispielsweise an den Sparda-Banken. Galten diese lange Zeit in der Genossenschaftsorganisation und darüber hinaus als Musterbeispiel für eine effiziente Marktbearbeitung im Privatkundensegment, läuft inzwischen nur noch die private Baufinanzierung gut, während sich die Institute auf der Einlagenseite mit immer niedrigeren Margen zufriedengeben müssen. Selbst das traditionell als wirksames Marketinginstrument genutzte kostenlose Girokonto steht deshalb bei vielen Sparda-Banken zur Disposition und ist in einigen Häusern faktisch abgeschafft worden.

Vor einem ähnlichen Dilemma steckt auch die ING-Diba, die das Volumen ihrer Kundeneinlagen von 55 Milliarden Euro im Jahre 2005 auf 116 Milliarden Euro im Berichtsjahr 2015 mehr als verdoppelt hat. Mit einer zum Stichtag Ende 2015 um weitere 8 Milliarden Euro auf inzwischen 144 Milliarden Euro gestiegenen Bilanzsumme hat es die Bank der Größe nach in diesen Jahren unter das erste Dutzend

der hiesigen Bankenszene geschafft. Und doch hat sie sich bei allem Wachstum nicht nur ihren eigenen Stil, sondern auch strategische Flexibilität bewahrt. Das mittlerweile schon über viele Jahre gepflegte Image einer übersichtlichen Strategie mit einer überschaubaren Anzahl an Dienstleistungen und Produkten sowie dem Anspruch auf eine Beschränkung auf das Wesentliche wird weiterhin ganz bewusst gepflegt – bis hin zur Präsentation der Geschäftszahlen 2015.

Dass die Tochter der niederländischen ING Group sich bei ihrer Berichterstattung im Zweifel kürzer fassen kann als andere hiesige Häuser vergleichbarer Größenordnung ist nachvollziehbar, schließlich veröffentlicht die Muttergesellschaft die Konzernzahlen regelmäßig schon vorab. Aber die Frankfurter Tochter kommt in ihrer Bilanzpressekonferenz eben mit einem zweiseitigen Flyer und einer ebenso langen beziehungsweise kurzen Pressemitteilung aus, ohne den Eindruck zu hinterlassen, wesentliche Aspekte außen vor zu lassen.

Die drei wichtigsten Botschaften des Berichtsjahres 2015 wurden jedenfalls klar transportiert. Das 50. Jahr nach Gründung brachte einmal mehr einen Nettowachstum an Kunden sowie ein Wachstum in allen Geschäftsbereichen. Gerade der zuletzt forcierte Geschäftsbereich des Wholesale Banking entwickelt sich mit einem Anstieg der Firmenkundenkredite um 78 Prozent auf 15,5 Milliarden Euro besonders gut.

Und drittens hat sich die Bank den Anspruch Digital Leadership auf die Fahne geschrieben und dafür verschiedene Initiativen gestartet, mit denen sie auch in der Phase einer zunehmenden Digitalisierung des Bankgeschäftes ihre Kosteneffizienz wahren will. In welchen Dimensionen die Bank sich an dieser Stelle bewegt, wird an der Cost Income Ratio von 40 (44) Prozent deutlich.

Auf dieser gesicherten Basis konnte und kann sich die ING-Diba intensiv der Absi-

cherung ihrer Zukunftsentwicklung widmen. In den Jahren ihres kontinuierlichen Wachstums hat sie stets den kontrollierten Ausbau ihrer Geschäftsfelder vorangetrieben. Waren im Geschäftsjahr 2005 noch rund 67 Prozent des Geschäftsvolumens den Spareinlagen zuzuordnen, sind das per Jahresende 2015 nur noch 48 Prozent. Maßgeblich an Bedeutung gewonnen hat in dieser Zeit die Baufinanzierung mit knapp 27 Prozent (2005 rund 19,5 Prozent). Und ganz neu aufgebaut wurde in den vergangenen 5 Jahren das im Berichtsjahr so kräftig gewachsene Wholesale Banking, das mittlerweile auch schon knapp 6,5 Prozent zum Geschäftsvolumen beisteuert.

Gerade die stärkere Forcierung des Kreditgeschäftes kommt in diesen Zeiten des Niedrigzinsszenarios ungemein der Ertragsrechnung zugute. Zwar sind die Personalkosten mit 9 Prozent wie auch die Sachkosten mit 8 Prozent recht deutlich angestiegen. Aber die Erlösbestandteile mit plus 11 Prozent und Provisionsergebnis mit plus 20 Prozent weisen noch größere Steigerungsraten auf.

Dank der bisher noch überschaubaren Marktanteile im einstelligen Prozentbereich darf die ING-Diba in den nächsten 15 Jahren sogar eine nochmalige Verdopplung des Marktanteils für möglich halten. Im Wholesale Banking dürften die Ziele noch ehrgeiziger sein. Hier strebt die Bank in einem noch kürzeren Zeitraum eine Verdreifachung der Kernbankbeziehungen an – von heute rund 100 auf dann 300 Unternehmenskunden. **Mo**

Rechtsfragen

Widerrufsbelehrung für mündige Verbraucher

Endlich gibt es in Sachen Widerruf von Verbraucherkreditverträgen auch einmal gute Nachrichten. Zum 21. Juni dieses Jahres wird das „ewige Widerrufsrecht“

unter Berufung auf Formfehler Geschichte. Und nur fünf Tage nachdem der Bundestag dies mit der Immobilienkreditrichtlinie verabschiedet hat, hat der XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs am 23. Februar auch noch zwei Urteile zum Thema Formfehler gesprochen (Aktenzeichen XI ZR 549/14 und XI ZR 101/15).

Demnach wird eine Widerrufsbelehrung im Darlehensvertrag nicht dadurch unwirksam, dass sie nicht besonders hervorgehoben ist. Denn seit dem 11. Juni 2010 bestehe keine Pflicht zur Hervorhebung der in einen Verbraucherdarlehensvertrag aufzunehmenden Pflichtangaben zum Widerrufsrecht. Sondern die Angaben müssen lediglich klar und verständlich sein.

Zwar spricht Artikel 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB von einer hervorgehobenen und deutlich gestalteten Form. Dies betrifft aber lediglich diejenigen Fälle, in denen das in der Anlage zur Vorschrift genannte Muster für eine Widerrufsinformation genutzt wird.

Und: Die Information wird auch nicht dadurch entwertet, dass in deren Kontext noch Optionen zum Ankreuzen stehen. Solche Ankreuzoptionen stehen dem BGH zufolge dem „Gebot der klaren und verständlichen Gestaltung einer formularmäßigen Widerrufsinformation in einem Verbraucherdarlehensvertrag nicht entgegen“. Verbraucherschützer hatten argumentiert, dass sie von der Widerrufsbelehrung ablenken.

Wie nicht anders zu erwarten, ist dieses BGH-Urteil in den Medien einmal mehr als „bankenfreundlich“ kommentiert worden. Es ist aber zweifellos auch ein Urteil mit Augenmaß. Sicher ist es richtig und wichtig, in einen Vertrag auch die Informationen zum Widerrufsrecht aufzunehmen. Doch weil der Widerruf eher die Ausnahme als die Regel ist, scheint es nicht wirklich erforderlich, diese Angaben etwa durch Schriftgröße oder Fettdruck hervorzuheben. Schließlich wird auf dem Kassenzettel eines Einzelhändlers auch nicht prominent

auf die Möglichkeit der Rückgabe hingewiesen. Derjenige Kunde, der wirklich widerrufen möchte, der wird die entsprechenden Angaben auch ohne eine spezielle Hervorhebung finden – und zwar ohne sich von einem Kästchen zum Ankreuzen davon ablenken zu lassen. Diese Fähigkeit darf man dem mündigen Verbraucher schon zutrauen.

Schließlich ließe sich ja auch anders argumentieren: Eine durch extragroße Schrift, einen Rahmen oder Fettdruck hervorgehobene Widerrufsbelehrung könnte den Eindruck erwecken, dies sei die zentrale Information zum Vertrag. Dann würde sie möglicherweise von den wirklich relevanten Angaben zu den Konditionen ablenken – und schon gäbe es wieder einen neuen Grund zur Klage. **Red.**

Geldanlage

Aktienmuffel in guter Gesellschaft

Immer wieder wird beim Thema private Altersvorsorge die mangelnde Wertpapieraffinität der Deutschen beklagt. Dann wird darauf verwiesen, wie viel stärker Anleger in den angelsächsischen Ländern in Aktien investieren. Doch deren gebetsmüh-

lenartig vorgetragene Aktienaffinität schient vielleicht doch nicht ganz so ausgeprägt zu sein, wie oft vermutet. Zu diesem Ergebnis kommt zumindest eine Mitte März veröffentlichte repräsentative Studie im Auftrag der „Aktion pro Aktie“ von Comdirect, Consorsbank, DAB Bank, ING-Diba und Maxblue.

Auch bei Briten und US-Amerikanern stehen demnach niedrig verzinsten Anlageprodukte höher im Kurs als Aktien. So bezeichnet jeder vierte Deutsche (25 Prozent) und Brite (26 Prozent) sowie knapp ein Drittel der US-Amerikaner (30 Prozent) Sparkonten wie Festgeld und Sparbuch als ideale Anlageprodukte. Demgegenüber bewegen sich Aktienanlagen wie Anleihen, Einzelaktien oder Aktien-ETFs in allen drei Ländern nur im einstelligen Prozentbereich. Einzelaktien finden etwa nur vier Prozent der Deutschen, drei Prozent der Briten und sieben Prozent der Amerikaner ideal für die persönliche Geldanlage.

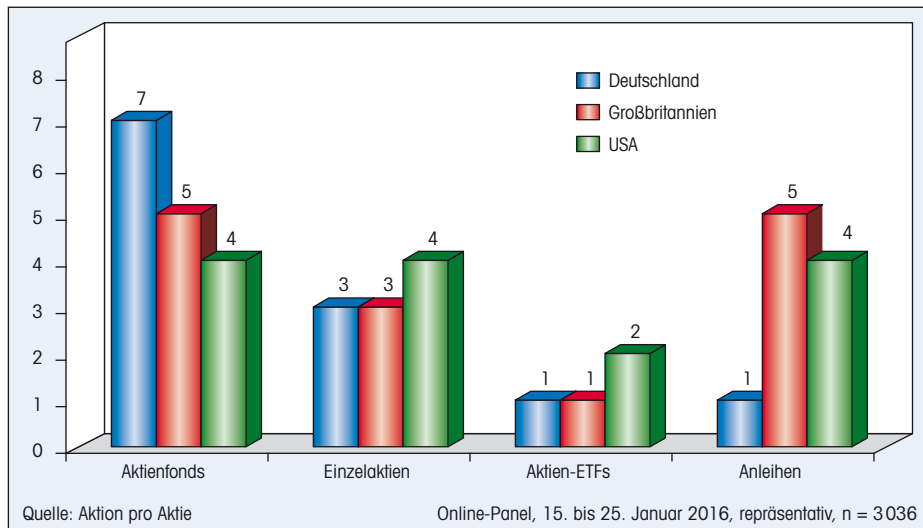
Das mag unter anderem daran liegen, dass die Renditeerwartungen der Anleger in allen drei Ländern deutlich über der Realität liegen. Zudem ist die Dividende als Renditebestandteil von Aktien vergleichsweise unbekannt. Nur 8 Prozent der US-Amerikaner und 13 Prozent der

Briten sind sich dessen bewusst. Dagegen schneiden die Deutschen mit 24 Prozent direkt gut ab. Auch bei den Anteilen, die die einzelnen Anlageformen am gesamten Geldvermögen der Sparer haben, liegen die Werte überraschend nah aneinander, wobei die Deutschen etwas stärker auf Aktienfonds setzen (7 Prozent gegenüber 5 Prozent in Großbritannien und 4 Prozent in den USA), die Briten hingegen eher auf Anleihen (Deutschland 1 Prozent, Großbritannien 5 Prozent und USA 4 Prozent).

Allerdings werden Aktien von Anlegern in Deutschland als riskanter bewertet als von Briten und Amerikanern. Ein Viertel der Deutschen (24 Prozent) bezeichnet Aktien als „Zockerpapiere“, in Großbritannien und den USA sind es nur 7 beziehungsweise 10 Prozent der Befragten. Zudem lässt sich die Zurückhaltung der Deutschen vielleicht auch damit erklären, dass sie weit stärker als die Anleger in den angelsächsischen Ländern davon ausgehen, vor allem Banken würden von Aktienanlagen profitieren. Das meint fast jeder zweite Deutsche (47 Prozent), aber nur knapp jeder vierte Brite und US-Amerikaner (24 Prozent). Letzgenannte geben zur 62 beziehungsweise 70 Prozent zu Protokoll, dass Anleger von der Aktienanlage profitieren. In Deutschland finden das nur 51 Prozent.

Anteil von Anlageformen am Gesamtvermögen von Anlegern

(Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



Wenn es um die Anlageentscheidung geht, befinden sich die deutschen Wertpapiermuffel also offenbar in guter Gesellschaft. Diese Erkenntnis ist jedoch in der aktuellen Situation, in der Wertpapierinvestments immer wichtiger werden, jedoch wenig hilfreich – eher im Gegenteil. Vermutlich hätten sich die Initiatoren der Studie hier andere Ergebnisse erhofft, die sich plakativ hätten vermarkten lassen.

Und doch bietet die Studie auch Ansatzpunkte. Und die liegen einmal mehr bei der Divergenz zwischen Theorie und Praxis. Wer Kunden für mehr Wertpapierinvestments begeistern will, der muss

ganz offen darauf hinweisen, dass klassische Sparprodukte bei einem Leitzins von null Prozent zwar den nominellen Werterhalt sicherstellen, aber eben nicht mehr. Und er muss es schaffen, die grundsätzliche Erkenntnis vieler Anleger, dass sie vielleicht doch etwas mehr aus ihrem Geld machen könnten, in tatsächliches Handeln umzumünzen. Das ist die Herkulesaufgabe, an der sich die Branche schon lange abarbeitet. **Red.**

Negativzinsen

Kommunikation in zwei Richtungen

In großem Stil wird es sicher nicht dazu kommen, dass Banken und Sparkassen angesichts von Negativzinsen ihren Einlagenüberschuss künftig im eigenen Tresor lagern. Dass die bayerischen Sparkassen diese Option in die Debatte werfen, zeigt allerdings, wie angespannt die Stimmungslage beim Thema Negativzins ist. Schließlich geht es nicht nur um die Konsequenzen für die Ertragslage der Kreditinstitute (von der letztlich auch ihre Steuerzahlungen und die Mittel, die in gemeinnützige Zwecke fließen, abhängen), sondern auch um die Auswirkungen auf das Kundengeschäft.

Schon die Meldung, dass selbst der Gesundheitsfonds, der die Krankenkassenbeiträge der Versicherten verwaltet, solche „Strafzinsen“ zahlen muss, machte deutlich, dass die Thematik allmählich jeden Einzelnen angeht. Natürlich werden es Banken und Sparkassen zumindest im Mengengeschäft so lange wie irgend möglich vermeiden, von ihren Privatkunden Zinsen für ihre Einlagen zu verlangen.

Das ändert freilich nichts daran, dass die Verunsicherung um sich greift – zumal auch in der Diskussion um die Eingriffe in den Barzahlungsverkehr immer wieder das Stichwort „Durchsetzung von Negativzinsen“ auftaucht. Und eine neuer-

liche Verunsicherung der Kunden ist zweifellos das Letzte, was eine Branche mit angeschlagenem Image derzeit noch braucht.

Die Drohung mit dem eigenen Tresor als Alternative zur EZB ist insofern eine Kommunikationsmaßnahme, die in zweifache Richtung zielt. Als Maßnahme der Lobbyarbeit richtet sie sich gegen die Geldpolitik der EZB. Zu einem guten Teil dient sie jedoch auch zur Beschwichtigung der Kunden – und das nicht nur in Richtung Strafzinsen auf Bankeinlagen. Denn wenn die Erträge von Banken schrumpfen, muss sich das schließlich auch in den Konditionen niederschlagen. Das Girokonto steht ohnehin schon mehr denn je infrage. **Red.**

Mitarbeiter

Tarifverhandlungen: Wie viel ist drin?

Dass in Tarifverhandlungen die Positionen von Gewerkschaften und Arbeitgebern nicht immer nahe beieinander liegen, gehört zum Geschäft. So auch in der Tarifrunde für die Beschäftigten der öffentlichen und privaten Banken, bei denen Verdi am 4. Mai 2016 mit einer Forderung von einer Gehaltssteigerung um 4,9 Prozent für die rund 230 000 Beschäftigten sowie einer Dynamisierung der Gehälter für übertariflich bezahlte Mitarbeiter in die Verhandlungen geht, nachdem der bisher geltende Tarifvertrag zum 30. April dieses Jahres gekündigt wurde.

Begründet wird diese Forderung damit, dass die „privaten und öffentlichen Banken im originären Kundengeschäft durchaus profitabel“ seien und die Beschäftigten nicht zuletzt durch wertvolle Beratung der Kunden in existenziellen Fragen „stabile Erträge“ für die Institute erwirtschafteten und an diesen Gewinnen entsprechend beteiligt werden müssen. Schließlich sei durch die zahlreichen Veränderungspro-

zesse das Arbeitspensum gestiegen und die Verunsicherung über die Zukunft des eigenen Arbeitsplatzes wirke zusätzlich belastend.

Die beiden zuletzt genannten Punkte sind sicher unstrittig. Gerade mit Blick auf die Unsicherheit von Arbeitsplätzen könnte es jedoch sein, dass ein allzu üppiger Tarifabschluss den Stellenabbau in der Branche eher noch beschleunigen wird. Denn ganz so rosig, wie es die Gewerkschaft darstellt, ist die Ertragslage und sind vor allem die diesbezüglichen Erwartungen nicht.

Da aber Tarifabschlüsse immer in die Zukunft wirken, sollte der Blick auf das, was die Arbeitgeber leisten können, weniger die GuV des Vorjahres zugrunde legen, sondern eher die künftigen Perspektiven einbeziehen. Und hier lassen Stichworte wie die erodierende Zinsmarge, eine drohende Abschwächung der Konjunktur und die Bankenregulierung, bei der sich noch kein Ende der immer neuen Vorgaben abzeichnet, wenig Spielraum für übergroßen Optimismus. Deshalb bezeichnen der Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes und der Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands den tariflichen Spielraum zu Recht als sehr eng.

Die Forderung der Gewerkschaften nach einer Dynamisierung auch der Gehälter der übertariflich bezahlten Beschäftigten ist aber sicher nicht unberechtigt. Auch sie leisten schließlich ihren Beitrag zum Gesamterfolg des Unternehmens und haben aufgrund der Veränderungen in der Branche ein erhöhtes Arbeitspensum zu schultern. Somit gibt es keinen nachvollziehbaren Grund, diesen (wachsenden) Teil der Belegschaften von der tariflichen Lohnerhöhung abzuschneiden. Es handelt sich hierbei schließlich nicht um Bankmanager oder Investmentbanker, wie Verdi-Bundesvorstand Christoph Meister betont. Möglicherweise bietet diese Forderung somit einen Ansatzpunkt für eine Einigung: ein deutlich kleineres Gehaltsplus – aber das dafür für alle. **Red.**