

bm -Blickpunkte

Markenführung

Keine Ruhe an der Farbenfront?

Eigentlich sollte man meinen, das Bankgewerbe hätte anderes zu tun, als sich über Farben zu streiten. Und doch zieht sich der Rechtsstreit um die Verwendung der Farbe Rot im deutschen Bankenmarkt nun bereits seit dem Jahr 2008 hin. Denn da der Rotton HKS 13 seit 2007 beim Deutschen Patent- und Markenamt für die S-Finanzgruppe eingetragen ist, geht der DSGVO rechtlich gegen Wettbewerber vor, die eine ganz ähnliche Farbe verwenden. Im Gegenzug haben die österreichische Oberbank und – mit längerem Atem – die spanische Banco Santander versucht, die Farbmarke der Sparkassen löschen zu lassen.

In den verschiedenen Etappen dieses Farbenstreits ging es im Wesentlichen um eine Frage. Nämlich die, welcher Zeitpunkt maßgeblich sein sollte, um die „Verkehrsdurchsetzung“ festzustellen oder eben nicht.

Das Bundespatentgericht, bei dem das Verfahren anhängig war, nachdem zuvor das Deutsche Patent- und Markenamt den Antrag von Santander und Oberbank auf Löschung der Farbmarke abgelehnt hatte, mochte diese Frage im März 2013 jedenfalls nicht beantworten und hat die Causa HKS 13 an den Europäischen Gerichtshof verwiesen.

Der EuGH wiederum urteilte am 19. Juni 2014: Die für die Feststellung der Verkehrsdurchsetzung maßgebliche Quote von Verbrauchern, die eine Farbe mit einer bestimmten Marke verbinden, muss zwar nicht bei mindestens 70 Prozent liegen, wie es Santander gefordert hatte. Allerdings waren die Richter der Meinung, dass für die Feststellung nicht der Zeitpunkt der

Eintragung der Marke (im konkreten Fall 2007), sondern bereits der Zeitpunkt ihrer Anmeldung maßgeblich sei. Das wäre bei HKS 13 das Jahr 2002. Nicht zuletzt auf dieser Basis hat vermutlich das Bundespatentgericht am 6. Juli 2015 entschieden, dass die Farbmarke der Sparkassenorganisation zu löschen sei.

Der Bundesgerichtshof hat nun am 21. Juli 2016 wieder ein ganz anderes Datum als Grundlage herangezogen – nämlich den Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschungsantrag, also das Jahr 2015. Und für diesen Zeitpunkt rechtfertigten die Gutachten „die Annahme einer Verkehrsdurchsetzung“. Gemäß § 50 Abs. 2 Satz 1 im Markengesetz dürfe die Farbmarke deshalb nicht gelöscht werden. Damit ist der Bestand der Farbmarke Rot höchststrichlerlich bestätigt.

Ganz überraschend kommt das Urteil der Bundesrichter sicher nicht. Denn bereits in den Urteilen zum Nivea-Blau und dem Gelb-Blau der Langenscheidt-Wörterbücher hatte der BGH zugunsten der Markeninhaber entschieden. Aus der Entscheidung im letztgenannten Fall geht auch hervor, wie es zu der vom EuGH-Urteil abweichenden Beurteilung der Stichtagsfrage kommt. Denn gemäß Artikel 3 Abs. 3 der europäischen Markenrechtsrichtlinie können die Mitgliedsstaaten festlegen, dass eine Marke auch dann nicht von der Eintragung auszuschließen oder für ungültig zu erklären ist, wenn ihre Unterscheidungskraft erst nach der Anmeldung oder Eintragung erworben wurde. Und hier waren die Bundesrichter schon im Fall Langenscheidt der Meinung, dass der deutsche Gesetzgeber von dieser Option Gebrauch gemacht hat. Von dieser Rechtseinschätzung profitieren nun auch die Sparkassen.

Gleichwohl ist es fraglich, ob nun endlich Ruhe an der Farbenfront einkehren wird.

Zumindest beim OLG Hamburg ist noch ein Verfahren anhängig, bei dem es um die Verwendung der Farbe Rot durch Santander bei der Formel-1-Veranstaltung „Großer Preis Santander von Deutschland“ und im Internetauftritt der Bank geht. Diesen Fall hatte der BGH erst im September 2015 an das Gericht zurückverwiesen, weil marken- und kennzeichenrechtliche Unterlassungsansprüche an die Banco Santander nicht vollständig verneint werden könnten. **Red.**

Privatkundengeschäft

Telefónica mit eigenem Girokonto

Im Grunde war es schon seit einer ganzen Weile nur eine Frage der Zeit, wann der erste Mobilfunkbetreiber ins Bankgeschäft eintreten würde. Nun ist es also so weit. Ende Juli hat die Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, München, nach einer ersten Ankündigung im Mai das nach eigenem Bekunden „erste mobile Bankkonto eines Mobilfunkbetreibers“ gestartet. Da das Unternehmen über keine eigene Banklizenz verfügt, braucht man zwar einen Bankpartner, der in Gestalt der Fidor Bank gefunden wurde. Absender und Namensgeber des „O₂-Banking“ ist jedoch der Mobilfunkbetreiber.

Das Banking-Paket umfasst ein Girokonto samt Mastercard, die – in Deutschland



eher unüblich – als Debitkarte ausgestellt wird, was es ermöglicht, in der Kommunikation von einer Mastercard ohne Schufa-Abfrage zu sprechen. Die ersten drei Monate nach Kontoeröffnung ist das Konto generell kostenlos. Danach hängen die Kosten von der Kartennutzung ab: Wer im vorangegangenen Monat weniger als 100 Euro mit seiner Karte umgesetzt hat, erhält den „Bronze-Status“ und zahlt 0,99 Euro Kontoführungsgebühr in dem betreffenden Monat, wer mindestens 100 Euro mit seiner Karte bezahlt hat, für den bleibt die Kontoführung kostenfrei.

Nach Intensität der Kartennutzung gestaffelt sind auch die Kosten für die Bargeldversorgung. Bei weniger als 100 Euro Kartenumsatz ist eine Abhebung im In- oder Ausland kostenfrei, alle weiteren kosten 3,99 Euro. Für Kartenumsätze zwischen 100 und 500 Euro gibt es den „Silber-Status“ mit maximal drei entgeltfreien Geldautomatentransaktionen. Und bei Nutzung des Kontos als Gehaltskonto oder mehr als 500 Euro Kartenumsatz sind Bargeldabhebungen unbegrenzt kostenfrei. Bareinzahlungen sind nicht möglich.

Wie N26 setzten also offenbar auch Telefónica und die Fidor Bank darauf, dass sich das Girokonto über die Kartenumsätze rechnet. Und statt auf das „übliche“ Nutzungsverhalten zu zählen, wie es N26 mit den bekannten Folgen tat, sind gleich ordentliche, transparente Grenzen eingezogen, aus denen klar hervorgeht, dass sich das O₂-Banking für Kartenmuffel im Grunde nicht lohnt.

Interessant wird es vermutlich ohnehin nur für Kunden des Mobilfunkunternehmens, wenngleich es generell auch Nichtkunden offensteht. Denn je nach Status, der sich aus der Kartennutzung ergibt, erhalten O₂-Kunden ein monatliches Extra-Datenvolumen von 100 MB im Bronze-, 300 MB im Silber oder 500 MB im Gold-Status mit Gehaltskonto oder mehr als 500 Euro Kartenumsatz. Damit hat das Girokonto das Zeug dazu, zum Kun-

denbindungsinstrument im Mobilfunkbereich zu werden. **Red.**

Fintechs

N26 – mit Banklizenz ein Stück „normaler“?

Eineinhalb Jahre nach dem Start hat die Number26 GmbH, Berlin, am 18. Juli eine deutsche Vollbanklizenz von der BaFin und der EZB erhalten. Neuer CEO der N26 Bank ist der frühere Vorstandssprecher der DAB Bank, Markus Gunter.

Mit der Banklizenz erhält das Start-up weit aus mehr Möglichkeiten als bisher. Es kann damit seine Produktpalette deutlich erweitern, ohne dazu einen Bankpartner zu benötigen. Anstatt alle Bankprodukte selbst zu entwickeln, will das Unternehmen aber auch künftig mit anderen Fintechs und „anderen renommierten Anbietern“ zusammenarbeiten. So will man Kunden direkt in der App „Zugang zu den besten Spar-, Investitions-, Kredit- und Versicherungsprodukten“ bieten – und dabei zusätzlich zu der Karten-Interchange, die bisher die Hauptertragsquelle war, auch verstärkt Provisionserträge erzielen. Hier werden sich die etablierten Kreditinstitute und ihre Vertriebspartner vermutlich einiges anschauen können, wie sich solche Dinge an der Kundenschnittstelle realisieren lassen.

Eine erste Produkt-Neuerung hat N26 bereits wenige Tage nach Erhalt der Banklizenz gestartet: „N26 Invest“ ermöglicht in Kooperation mit dem Frankfurter Start-up Vaamo direkt über die App die monatliche und/oder einmalige Investition ab 10 Euro in verschiedene Portfolios – je nach persönlicher Risikoabwägung „zurückhaltend“, „ausgewogen“ oder „mutig“. Auf Basis des gewählten Portfolios wird in einen Mix aus fünf Fonds investiert, die breit gestreut Aktien und Anleihen enthalten. Damit das gewählte Verhältnis zwischen Aktien und Anleihen so gut wie

möglich abgebildet wird, werden Einzahlungen intelligent zugewiesen, außerdem gibt es ein jährliches Rebalancing. Auch die Entwicklung der Anlagen ist in der App jederzeit nachvollziehbar.

Als weitere Produkte stehen Real-Time-Kredite, höhere Sicherheit durch künstliche Intelligenz oder „Expense Sharing“ zum Aufteilen von Rechnungen unter Freunden in der Pipeline.

Mit der Banklizenz wird N26 also vermutlich noch weit mehr als bisher zum Wettbewerber klassischer Banken – unterliegt aber dafür auch der Regulierung. Deutlich wird das nicht zuletzt an der überarbeiteten Website, bei der das Preisverzeichnis jetzt an prominenter Stelle auf Anhieb zu finden ist und nicht mehr mühsam gesucht werden muss. Wie sich das ganz Smartphone-basierte Konzept mit den diversen regulatorischen Vorgaben und Informationspflichten verträgt, die das erweiterte Geschäftsmodell mit sich bringt, wird sich erst noch erweisen müssen.

Bei N26 Invest etwa wird darauf hingewiesen, dass unter Umständen Informationen zum Steuerstatus und die Steuernummer abgefragt werden müssen. Zur Erhöhung des Nutzerkomforts für eine Klientel, die alles mit wenigen Klicks und so unbürokratisch wie möglich erledigen möchte, wird das sicher nicht beitragen. An dieser Stelle wird das Start-up insofern vielleicht ein Stück „normaler“. **Red.**

Marketing

Pokémon-Fieber genutzt

Ganz unverhofft ist die Sparkasse Witten in den Sog des Pokémon-Go-Fiebers geraten. Vor ihrer Zentrale befinden sich gleich drei Stellen, an denen die virtuellen Monster häufiger zu finden sind. Deshalb ballten sich dort nicht nur wiederholt die Spieler. Sondern auch Verabredungen auf Facebook wurden „vor der Sparkasse“ getroffen.

Mitte Juli hat die Sparkasse diese plötzliche Attraktivität ihrer Hauptstelle für eine besondere Aktion genutzt und drei sogenannte „Lockmodule“ erworben, um die Pokémons zusätzlich anzulocken. In den sozialen Medien wurde dies kommuniziert – offenbar mit Erfolg. Rund 80 Spieler aller Altersgruppen soll die Aktion angezogen haben, die vor der Sparkassenzentrale auf Monsterjagd gingen. Die lokale Presse berichtete ausführlich. Mit vermutlich sehr überschaubarem Budget konnte das Institut somit ein hohes Maß an Aufmerksam-



keit erzielen und sich vor allem in der jungen Zielgruppe als Haus präsentieren, das weiß, was seine Kunden mögen. Der Imageeffekt auch bei Nichtkunden dürfte beträchtlich sein.

Auch auf dem Portal Sparkasse.de ist das Computerspiel übrigens ein Thema. Hier wird aber vor allem auf den enormen Stromverbrauch der App verwiesen, der Pokémon Go schnell zur Kostenfalle werden lässt. Das merkten auch vier junge Spieler in Witten, die im Eingangsbereich der Sparkasse kurzerhand eine Kabeltrommel an eine Steckdose anschlossen, um so draußen weiterspielen zu können. Ein Kunde, der sich bei der Nutzung des Geldautomaten über das Kabel wunderte, ließ die jungen Stromdiebe auffliegen. Wenige Tage nach der Aktivierung der Lockmittel hat dies der Sparkasse noch einmal Präsenz in den örtlichen Medien beschert. **Red.**

Preispolitik

Stadtsparkasse München beugt sich der Politik

Die Zeit der kostenlosen Girokonten ist vorbei. Das hat Sparkassenpräsident Georg Fahrenschoen ganz deutlich gemacht. Wenn Sparkassen ihre Girokonto-Preise anheben, führt das gleichwohl regelmäßig zu einem öffentlichen Aufschrei. Denn sie stehen zwar mit der Notwendigkeit, spitz zu rechnen, nicht alleine da. Doch als öffentlich-rechtliche Institute und aufgrund des hohen Marktanteils stehen sie stets unter besonderer Beobachtung.

Das hat auch die Stadtsparkasse München erlebt, die sich nach der Ankündigung, ihre Kontopreise zu erhöhen, heftiger Kritik ausgesetzt sah – bis hin zur Einmischung der Politik. So hat der Oberbürgermeister (der zugleich Vorsitzender des Verwaltungsrats ist) die Sparkasse im Mai dieses Jahres offiziellen Verlautbarungen zufolge „gebeten zu prüfen, ob alternative Modelle denkbar seien, um Geringverdienern entgegenzukommen und zugleich den notwendigen Ertrag ... zu sichern“.

In München hat man daraufhin eine Lösung gefunden, einerseits dem Ertragsdruck zu begegnen und andererseits Kritiker zu besänftigen: Es bleibt zwar bei der geplanten Preiserhöhung. Doch für Geringverdiener mit einem Nettoeinkommen bis 1 500 Euro im Monat wird eine Ermäßigung von drei Euro auf den regulären Preis von 7,05 Euro gewährt. Sie erhalten somit das Girokonto zum bisherigen Preis.

Oberbürgermeister Dieter Reiter zeigt sich ob der gefundenen Lösung zufrieden. Die Sparkasse ihrerseits verweist darauf, dass sie im Rahmen ihrer Möglichkeiten sozial Benachteiligten und Geringverdienern entgegenkommt, die es in München noch schwerer als in anderen Regionen haben, über die Runden zu kommen.

Vermarkten lassen dürfte sich diese soziale Komponente des Preismodells nach der

vorausgegangen Medienschelte (vor-erst) gleichwohl kaum. Damit steht die Sparkasse unter dem Strich vermutlich als Verliererin da. Die öffentlich ausgetragene Diskussion dürfte dem Haus einen Imageschaden beschert haben, der sich durch die gefundene Lösung nur schwer kompensieren lässt. Gleichzeitig ist der Rabatt für Geringverdiener oder Inhaber des München-Passes für sozial Benachteiligte mit einem Ertragsausfall gegenüber den ursprünglichen Berechnungen verbunden. Insofern war die Lösung wohl eher ein politisches Entgegenkommen als eine strategische Entscheidung. **Red.**

Konsumentenkredit

Kredit per App: Schnelligkeit ist Trumpf

Wenn es eines Beweises bedurft hätte, dass die Banken-Branche auf regulatori-



sche Erleichterungen beim Online-Kreditabschluss dringend erwartet hat, dann ist er erbracht. Selten folgt die Ankündigung neuer Angebote und Services so rasch auf das Inkrafttreten neuer gesetzlicher Vorgaben wie im Fall der eIDAS-Verordnung. Gleich zwei Anbieter haben am 19. Juli den medienbruchfreien Kreditabschluss eingeführt: die Creditplus Bank AG, Stuttgart, und die Teambank AG, Nürnberg.

Beide Anbieter arbeiten im Abschlussprozess nicht nur mit Video-Identifikation anstelle von Postident, sondern haben die eigenhändige Unterschrift durch eine digitale ersetzt, wie sie durch eIDAS auch ohne spezielle Hardware möglich ist, über die kaum ein Kunde verfügt. Creditplus geht sogar noch einen Schritt weiter und macht den ganzen Prozess über eine eigene App namens „Creditplus4Now“ verfügbar – eigenem Bekunden zufolge die erste hauseigene Kredit-App eines Konsumentenkreditspezialisten. Der Clou daran: Nutzer können die App per Login in ihr Online-Banking mit ihrem Girokonto verbinden und ersparen sich so die Angaben zu Einkommen und Fixkosten wie die Miete.

Die Schnelligkeit, mit der diese Angebote nach Inkrafttreten der Verordnung am 1. Juli auf den Markt kamen, deutet darauf hin, dass die Banken entsprechende Konzepte längst in der Schublade hatten und gewissermaßen nur auf den Startschuss gewartet haben.

Die Halbwertszeit solcher Innovationen ist freilich kurz. Gut beobachten lässt sich dies beim Videoidentifikationsverfahren: Konnten die ersten Banken, die sich dieser Alternative zu Postident bedienten, noch auf entsprechende Medienberichte hoffen, werden entsprechende Meldungen von „Nachzügler“ inzwischen kaum noch zur Kenntnis genommen. Ganz ähnlich dürfte es auch beim medienbruchfreien Kreditabschluss sein. Deshalb gilt auch hier: Schnelligkeit ist Trumpf. Denn nur der Schnelle hat die Möglichkeit, sich mit der

entsprechenden Innovation vom Wettbewerb zu differenzieren und sich ins Gespräch zu bringen. Für die anderen wird der echte Online-Kredit über kurz oder lang zu einem Me-too-Angebot werden. **Red.**

Fintechs

Neuer Übernahmewettbewerb?

Wenn man einen Gegner nicht bezwingen kann, dann tut man gut daran, mit ihm gemeinsame Sache zu machen. Dieser alte Grundsatz lässt sich auf das Verhältnis von Banken und Fintechs übertragen, wengleich man im Wirtschaftsleben eher von Wettbewerbern als von Gegnern spricht. Längst sind Banken dazu übergegangen, mit Fintechs zu kooperieren. Auch erste Übernahmen sind erfolgt oder stehen an.

Jüngstes Beispiel ist die Fidor Bank AG, München, die – vorbehaltlich der Zustimmung des Bundeskartellamts sowie der zuständigen Aufsichtsbehörden – von der französischen BPCE-Bankengruppe übernommen wird und damit, so CEO Matthias Kröner, die Start-up-Phase hinter sich lässt. Gerade weil sie sich als „älteste Fintech-Bank der Welt“ bezeichnet, zumindest jedoch zu den Pionieren in diesem Bereich gezählt werden darf, zeigt diese Übernahme, wohin die Reise geht oder gehen kann.

Die Franzosen sichern sich mit der Akquisition sicher ein vergleichsweise gut etabliertes Fintech-Unternehmen. Insofern ist es sicher berechtigt, wenn der Konzern die Übernahme als Meilenstein bezeichnet auf dem Weg, die digitale Transformation der Gruppe zu beschleunigen.

Weil die neuen Unternehmen aus der digitalen Szene vermutlich viel von ihrer Innovationskraft einbüßen, wenn sie zu sehr in Konzernstrukturen gezwängt werden, sollen die Fidor Bank unabhängig und der Social-Banking-Ansatz

erhalten bleiben. Dank der gestärkten Finanzbasis gebe es jedoch neue Möglichkeiten, das digitale Produktangebot auszubauen und europäisch zu wachsen. Auch die Voraussetzungen für strategische Kooperationen wie die mit Telefónica für das O₂-Banking werden sicher noch einmal ein Stück besser. Damit wird die Fidor Bank ihre Marktposition vermutlich noch einmal ausbauen können und so für etablierte Banken und Sparkassen im Wettbewerb noch deutlicher spürbar werden. Auch der Übernahmewettbewerb in der Fintech-Szene scheint in Schwung zu kommen. **Red.**

Wohnimmobilienkreditrichtlinie

Der Widerstand formiert sich

Immer mehr formiert sich der Widerstand gegen die Ende März in Kraft getretene deutsche Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie. Aus allen Teilen der Republik melden sich Verbände aus Bauwirtschaft, Handwerk und Kreditwirtschaft zu Wort, die eine – gemäß den EU-Vorgaben völlig unnötige – Überregulierung kritisieren. Wie bereits bei der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie hat es auch hier den Anschein, als sei der deutsche Gesetzgeber in sprichwörtlicher „deutscher Gründlichkeit“ einmal mehr übers Ziel hinaus geschossen.

Bestimmte Verbraucherguppen, darunter zum Beispiel Selbstständige oder Rentner werde es durch die neuen Vorgaben schwer gemacht, eine Finanzierung zu erhalten, so die einhellige Kritik. Das politische Ziel einer höheren Eigenheimquote werde dadurch konterkariert.

Die Sparkassen in Baden-Württemberg rechnen das im Quartalsvergleich vor: 2,58 Milliarden Euro an Immobiliendarlehen wurden im zweiten Quartal 2016, also nach Inkrafttreten der neuen Regeln, im Ländle vergeben. Das sind 20 Prozent weniger als im gleichen Quartal des Jah-

res 2015. Im ersten Quartal, also noch unter den alten Vorgaben, waren es 2,97 Milliarden Euro, was einem Plus von 13 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres entspricht.

Dass sich dies in einem Umfeld abspielt, in dem die Immobilie als Geldanlage einen so hohen Stellenwert genießt wie selten zuvor, lässt wohl zu Recht den Schluss zu, dass hier – vermutlich aus Angst vor einer Flut fauler Immobilienkredite, wie man sie aus anderen Ländern kennt – unnötig stark in die Kreditvergabepraxis eingegriffen wurde.

Der deutsche Gesetzgeber täte somit vielleicht gut daran, die in der EU-Richtlinie vorhandenen Spielräume noch einmal daraufhin zu prüfen, wo die Vorgaben gelockert werden können. Ein bisschen Vertrauen darf man dabei in den Selbsterhaltungstrieb der deutschen Kreditwirtschaft durchaus setzen. Auch in der Vergangenheit hat sie sich schließlich nicht durch leichtfertige Kreditvergabe hervorgetan.

Das Grundanliegen der Politik, die Häuslebauer vor Finanzierungen schützen wollen, die sie sich eigentlich nicht leisten können, ist sicher aller Ehren wert. Wenn Teile der Bevölkerung damit jedoch indirekt vom Erwerb einer Immobilie ausgeschlossen beziehungsweise seniorengerechte Umbauten nicht mehr finanziert werden können, verträgt sich indessen wohl kaum mit dem ebenfalls verfolgten Ziel, die Eigenheimquote in Deutschland auszubauen.

Nach aktuellem Stand ist es gut möglich, dass der Gesetzgeber das Umsetzungsgesetz zur Wohnimmobilienkreditrichtlinie noch einmal wird anfassen müssen. Schließlich liegen bereits Rechtsgutachten vor, die eine Vereinbarkeit der Regelungen zur Vorfälligkeitsentschädigung mit EU-Recht bezweifeln. Sollte sich hier tatsächlich Handlungsbedarf ergeben, dann könnte die Politik die Gelegenheit nutzen, auch die Regeln zur Kreditvergabe noch einmal zu überarbeiten. **Red.**

Digitalisierung des Mittelstands

KfW sieht Nachholbedarf

Hinsichtlich ihrer Produkte gelten deutsche Mittelständler oftmals als Vorreiter. Was den Grad der Digitalisierung angeht, besteht dagegen noch Aufholbedarf, wie eine aktuelle Studie der KfW zeigt. Zwar hätten vier von fünf Mittelständlern in den zurückliegenden drei Jahren Digitalisierungsprojekte umgesetzt. Häufig seien diese jedoch von überschaubarem Umfang gewesen. Neben mangelnden IT-Kompetenzen der Belegschaft nennen 32 Prozent der Mittelständler unter anderem auch einen Mangel an geeigneten Finanzierungsmöglichkeiten als Hemmnis. Allerdings schien dieser Aspekt bislang noch keine allzu großen Probleme zu bereiten. So reichten Eigenmittel offensichtlich aus, um erste digitale Vorhaben zu verwirklichen. Eine entsprechend untergeordnete Rolle spielte der Bankkredit: bei gerade einmal 3,9 Prozent der Projekte wurde er eingesetzt.

Stand heute setzen kleine Unternehmen (unter zehn Beschäftigte) dafür weniger als 10 000 Euro pro Jahr ein, während knapp die Hälfte der großen Mittelständler (150 und mehr Beschäftigte) über 100 000 Euro im Jahr investieren. Hochgerechnet entspricht dies jährlichen Ausgaben von etwa zehn Milliarden Euro, offenbar viel zu wenig: Die KfW beziffert den benötigten Ausgabenanstieg alleine bis 2018 mit 30 Prozent. Das dürfte gerade kleine Mittelständler mit geringem Cashflow vor Probleme stellen. Hier drohen also Engpässe. Ob der Bankkredit an Bedeutung gewinnt, ist dabei fraglich.

Für Banken wird die Bewertung digitaler Projekte durch die häufig firmenspezifischen Anwendungen erschwert. Der Aufwand, diese Asymmetrien abzubauen, ist gerade bei kleinen Volumen hoch. Gleichzeitig genießen laut KfW digitale Vorreiterunternehmen bereits heute guten Zugang zu Förderprogrammen. Für die Breite des Mittelstands könnten niederschwellige Förderungen Abhilfe schaffen. **ph**