

bm-Blickpunkte

Fusionen

DAB Bank wird Consors Bank: Nicht ohne Tücken

Fast zwei Jahre ist es nun her, dass der Verkauf der DAB Bank von der Hypovereinsbank an die französische BNP Paribas bekannt gegeben wurde, die seit 2002 auch Eigentümerin der damaligen Consors Discount Broker AG, inzwischen Consorsbank, ist. Mitte November wird es nun bei der Zusammenführung der beiden Direktbanken ernst, die zusammen rund 1,5 Millionen Kunden in Deutschland betreuen. Denn am Wochenende des 12./13. November steht die technische Migration der Privatkunden der DAB-Bank auf die IT-Plattform der Consorsbank an.

In technischer Hinsicht ist das vermutlich die größte Herausforderung. Deshalb war es wohl eine sinnvolle Entscheidung, diese Migration nicht am „offenen Herzen“ bei laufendem Betrieb durchzuführen, sondern die Bank am Umzugswochenende quasi abzuschalten. Zwei Tage lang

Kunden sich darauf einrichten und eventuell zu diesem Zeitpunkt fällige Zahlungen vorziehen können.

Sowohl DAB Bank als auch die Consorsbank haben jedoch ein starkes Wertpapiergeschäft – schließlich kommen beide aus der Ecke der einstigen Discount Broker. Und für die Wertpapierkunden kann eine zweitägige Zwangspause durchaus ärgerlich werden, wobei das Ausmaß des Ärgers davon abhängen dürfte, was sich an diesen beiden Tagen an den Märkten tut.

Wertpapiersparer, die nur wenige Transaktionen im Jahr tätigen oder sich vielleicht sogar auf einen Fondssparplan beschränken, dürfte das vergleichsweise wenig tangieren. Für die aktiven Wertpapierkunden, für die es durchaus einen Unterschied macht, wenn sie bestimmte Papiere nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt handeln können, wird man sich vermutlich eine Strategie überlegt haben, um sie so zu stellen, als wäre die Bank nicht „außer Betrieb“. Da sich beide Häuser jedoch seit geraumer Zeit sehr viel stärker um die Wertpapiersparer als um die Heavy Trader bemüht haben, dürfte der Anteil derer, die sich aufregen, wohl überschaubar sein.

In der Community der Bank wurde im Vorfeld der Migration denn auch ein ganz anderes Thema diskutiert: nämlich die

ständige und Freiberufler, die ein Girokonto mit Privatvermögen führen, über das geschäftliche Umsätze getätigt werden, müssen sich – zumindest für die Abwicklung des geschäftlichen Zahlungsverkehrs – eine andere Bank suchen. Die Kommunikation an dieser Stelle hätte sicher besser sein können. Viele Betroffene fühlten sich verunsichert – zumal Kommentatoren in der Community teilweise unterschiedliche Auskünfte von unterschiedlichen Stellen der Bank beklagten. Dass sich Selbstständige und Freiberufler somit als Opfer der Migration fühlen, ist deshalb verständlich. **Red.**

Regulierung

Geldwäscherichtlinie: Der Widerstand formiert sich

Noch bevor die vierte EU-Geldwäscherichtlinie aus dem Jahr 2015 in nationales Recht umgesetzt ist (die Frist endet am 26. Juni 2017), hat die EU-Kommission schon im Juli dieses Jahres einen Vorschlag mit weiteren Verschärfungen unterbreitet. Unter anderem soll dem Missbrauch virtueller Währungen zur Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung dadurch ein Ende gesetzt werden, dass Umtauschplattformen für virtuelle Währungen sowie Anbieter elektronischer Geldbörsen in den Geltungsbereich der Richtlinie einbezogen werden. Auch sie müssten dann künftig ihre Kunden kontrollieren. Der Anonymität solcher Transaktionen würde damit ein Ende gesetzt.

Auch anonyme Zahlungen mittels Prepaidkarten sollen weiter eingeschränkt werden, in dem der Schwellenbetrag, für den keine Identitätsangabe erforderlich ist, von 250 auf 150 Euro gesenkt wird und gleichzeitig die Anforderungen an die Überprüfung der Kunden angehoben werden. Der Ver-

Frage, was aus den Geschäftskunden der DAB werden soll, die die Bank eine Zeit lang gezielt geworben hatte. Auch diese Konten von Freiberuflern und Selbstständigen werden zwar migriert. Es gibt allerdings Einschränkungen: Bestehende Girokonten mit Betriebsvermögen können wie gewohnt weitergeführt werden. Selbst-



wird weder ein Login ins Portal der DAB Bank noch in das der Consorsbank möglich sein.

Kommuniziert wurde dies bereits im September. Im Bereich Zahlungsverkehr sollte die zweitägige Stilllegung deshalb vermutlich kein nennenswertes Problem sein, da

hältnismäßigkeit insbesondere im Hinblick auf die Verwendung solcher Karten durch finanzschwache Personen wurde dabei nach Einschätzung der Kommission berücksichtigt.

Mittlerweile formiert sich der Widerstand gegen solche Pläne. Dass der Prepaid Verband Deutschland e.V (PVD), Frankfurt am Main, sich dazu kritisch äußert, mag dabei noch als wohlverstandenes Eigeninteresse verstanden werden. Der Vorschlag der EU-Kommission gefährdet regulierte E-Geld-Produkte und widerspricht der eigentlichen Intention der Richtlinie, so der Vorstandssprecher Jonny Natelberg. Bei einer Umsetzung seien gravierende, negative Auswirkungen für Handel und E-Geld-Branche zu erwarten, ohne einen Mehrwert im Kampf gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung mit sich zu bringen.

Bereits die letzte Überarbeitung der Geldwäscherichtlinie, die nun noch weiter verschärft werden soll, habe bereits weitreichende Einschränkungen für E-Geld mit sich gebracht, die das Risiko des Missbrauchs dieser Produkte deutlich herabsetzt, so der Prepaid Verband. Seine Forderung lautet deshalb, sämtliche E-Geld-Produkte nach ihrem Risikopotenzial zu bewerten. Bei nachweislich geringem Risiko sollten sie auch weiterhin ohne Identifikation im Internet genutzt werden können – beispielsweise im Kleinstbetragsbereich.

Unterstützung erhält die Anbieterseite auch vonseiten der Datenschützer. So hegt der Bundesdatenschutzbeauftragte Peter Schaar „erhebliche Zweifel“, inwieweit der vorgeschlagene Wegfall anonymer Bezahlungsmöglichkeiten im Internet „kompatibel ist mit dem durch die Datenschutzgrundverordnung und der Datenschutzrichtlinie ... vorgegebenen Rahmen“. Zudem widerspreche die geplante Änderung den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts zum Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung. Somit würde der Kommissionsvorschlag den

V

deutschen Gesetzgeber daran hindern, die europarechtlichen Vorgaben verfassungskonform umzusetzen.

Der Datenschutzbeauftragte sieht in der generellen Identifikationspflicht bei Online-Transaktionen sogar eine unzulässige Vorratsdatenspeicherung. Insgesamt kommt er zu dem Schluss, dass die vorgesehenen Änderungen zur Europarechtswidrigkeit der Geldwäscherichtlinie führen könnten. Das ist schon ein hartes Urteil und deutet darauf hin, dass hier noch einiger Diskussionsbedarf besteht, wenn das Thema Geldwäsche nicht vor dem Bundesverfassungsgericht und/oder dem Europäischen Gerichtshof landen soll.

Eile ist ja im Grunde auch nicht geboten: Vielleicht wäre es geraten, erst einmal abzuwarten, bis die Regelungen der jüngsten Richtlinien-Novelle in nationales Recht umgesetzt sind und ihre Wirkungen entfalten können. Erst dann lässt sich beurteilen, wie sich die verschärften Identifikationspflichten und die Gestaltungsmöglichkeiten der einzelnen Mitgliedsstaaten tatsächlich auswirken und ob tatsächlich weiterer Handlungsbedarf besteht. **Red**

Preispolitik

Kirchenbanken für Sparfüchse?

Schon immer war das Thema Kontoführungsgebühren eines, das die Verbraucherschützer nur zu gerne wieder aufs Tapet gebracht haben. Dass sich auch jetzt, da immer mehr Kreditinstitute an der Preisschraube drehen (müssen), die Berichte häufen, ist somit kein Wunder.

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat nun sogar die Konditionen von zwölf alternativen und kirchlichen Banken unter die Lupe genommen. Allein die Bank im Bistum Essen eG offeriert demnach alles zum Nulltarif. Die Bank für Kirche und Caritas, berechnet lediglich fünf Euro für die Girocard und 16 Euro für die Kreditkar-

te, während die Pax Bank für das Gesamtpaket 92 Euro und die Bank für Orden und Mission Zweigniederlassung der VR Bank Untertaunus eG sogar 102 Euro verlangen.

Gleichzeitig weisen die Verbraucherschützer darauf hin, dass die untersuchten Banken eine Alternative für all jene Kunden sind, die sich auch dafür interessieren, wofür ihr Geld verwendet wird, und die dabei Wert auf ethische und ökologische Kriterien legen. Ob das unbedingt die preisbewusste Zielgruppe ist, für die die Kontoführungsgebühren oberste Priorität haben? Vermutlich finden diese Spezialbanken ihre Kunden doch eher in der Klientel der überzeugten Bio-Käufer, die wissen, dass die Milch von der glücklichen Weidekuh mehr kosten muss als die aus der Massentierhaltung im Großstall.

Der Preisvergleich wird für solche Kunden nicht das entscheidende Kriterium für die Wahl ihrer Bank sein – umso mehr, als die Klientel bei einigen dieser genossenschaftlich organisierten Institute ohnehin per Satzung auf bestimmte Gruppen eingeschränkt ist.

Insofern kann man durchaus den Eindruck haben, dass der Preisvergleich bei den Kirchenbanken vielleicht des Guten ein wenig zu viel ist. Interessant ist er trotzdem. Denn trotz der ethisch-sozialen Ausrichtung bieten die meisten der Kirchenbanken die Produkte des Zahlungsverkehrs zu eher günstigen Konditionen an. Das gilt vor allem für die Kreditkartenpreise. **Red.**

Altersvorsorge

Sorglose Jugend

Nach der immer heftiger ausgetragenen Diskussion um die gesetzliche Rente und das Problem der Altersarmut ist es im Grunde kaum zu glauben: Fast jeder dritte Deutsche (31 Prozent) geht einer aktuellen TNS-Emnid-Umfrage im Auftrag der Postbank zufolge davon aus, dass die

gesetzliche Rente für die Finanzierung seines Lebensabends ausreichen wird. Knapp 92 Prozent dieser Optimisten meinen sogar, dass sie im Alter keine Einbußen bei ihrem Lebensstandard hinnehmen müssen.

Bricht man diese Ergebnisse nach Altersgruppen herunter, wird das Bild schon ein wenig realistischer. Unter den rentennahen Jahrgängen über 60 erwarten knapp 60 Prozent, dass sie mit der gesetzlichen Rente auskommen werden, von den 50- bis 59-Jährigen ist es nur noch fast jeder Vierte. In der Altersgruppe 40 bis 49 Jahre vertrauen nur noch knapp 17 Prozent auf das staatliche Rentensystem. In der Gruppe 30 bis 39 Jahre sind es dagegen nur knapp sieben Prozent.

Bei den jungen Leuten bis 29 Jahre herrscht indessen noch vergleichsweise Sorglosigkeit vor. Hier vertrauen noch fast 23 Prozent auf die gesetzliche Rente – und damit mehr als in den Altersgruppen von 30 bis 49 Jahre. Das wird in der Studie sicher nicht zu Unrecht primär auf mangelnde Kenntnisse zurückgeführt. Schließlich haben Studien gezeigt, dass die jährliche Renteninformation für viele Menschen einen heilsamen Schock mit sich bringt, der den Anstoß zu privater Vorsorge geben mag. Wer aber gerade erst eine Ausbildung begonnen hat oder sich noch im Studium befindet, der hat diesen heilsamen Schock vielleicht noch gar nicht oder nicht oft genug erlitten.

Es kann aber auch noch einen anderen Grund für die relative Gelassenheit der jungen Leute geben: Die Erfahrung nämlich, dass das, was heute in Sachen Rente gilt, in einigen Jahren längst überholt sein könnte. Mit dem medienwirksamen Fabulieren über das Einziehen notwendiger „Haltelinien“ bei der gesetzlichen Rente erweckt die Politik, tatkräftig unterstützt von den Gewerkschaften, möglicherweise den Eindruck, dass sich die Rahmenbedingungen bis zum eigenen Renteneintritt längst verändert haben und alles vielleicht gar nicht so schlimm kommt, wie es bis-

lang aussieht. Dass dies die Vorsorgebereitschaft unter Zielgruppen mit ohnehin meist begrenztem Einkommen nicht steigert, liegt auf der Hand. **Red.**

Selbstbedienung

Veränderte Anforderungen

Als es das Thema „Digitalisierung“ im Bankgeschäft noch gar nicht gab, da stand die Selbstbedienung im Fokus. Ging es zunächst vor allem um Effizienzsteigerung, schwenkte der Blick später, als die Kundenfrequenz in den Filialen sank, auf die mögliche Integration neuer Funktionen, die entweder das Cross-Selling ankurbeln oder den Banken durch Integration bankfremder Services wie etwa dem Verkauf von Eintrittskarten zusätzliche Provisions-einnahmen bescheren sollten.

Weder aus dem einen noch aus dem anderen ist bis heute viel geworden. Wohl wird am Geldautomaten inzwischen Werbung angezeigt. Doch die Personalisierung der angezeigten Werbung, individuell auf den gerade vor dem Gerät stehenden Kunden, hat noch immer nicht den Durchbruch geschafft. Technisch wäre das längst ohne weiteres machbar. Doch der individuellen Werbung am Geldautomaten stehen noch immer Datenschutzbedenken im Wege. Einer im Oktober veröffentlichten Studie von ATM Marketplace zufolge lassen deshalb 61 Prozent der weltweit 434 befragten Kreditinstitute auf ihren Geldautomaten allgemeine Marketingkampagnen laufen. Zielgerichtetes Marketing geben jedoch nur 22 Prozent an.

Einen echten Mehrwert für die Kunden könnte ein personalisierbares Nutzer-Interface auf Basis der vorangegangenen Transaktionen bieten, etwa wenn dem Kunden nach seiner Identifizierung automatisch der von ihm am häufigsten gewählte Betrag in der meistgewählten Stückelung als Auswahloption angeboten würde, die dann mit nur Knopfdruck bestätigt werden könnte, um so die Transak-

tion zu beschleunigen. Datenschutzrechtlich wäre dies vermutlich weit weniger bedenklich – doch auch so weit ist die Personalisierung erst bei 16 Prozent der befragten Banken gediehen. Selbst die Stückelung des angeforderten Betrags kann der Kunde nur bei 39 Prozent der Automaten selbst bestimmen.

Auch die Integration der bankfremden Services ist nur in 16 Prozent der Fälle umgesetzt. Den echten Durchbruch wird es im digitalen Zeitalter dafür wohl auch nicht mehr geben – kann doch fast jeder Kunde seine Tickets jederzeit online, auch über sein Smartphone erwerben.

Die Möglichkeiten der Weiterentwicklung sind wohl derzeit an anderer Stelle zu suchen. 68 Prozent der Befragten nennen hier die Unterstützung kartenloser Transaktionen (die immerhin 34 Prozent bereits umgesetzt haben) und digitaler Geldbörsen (58 Prozent) sowie das Cash-Recycling. Außerdem rückt das Übertragen von Funktionen, die derzeit noch an der Kasse ausgeführt werden (55 Prozent), in den Fokus. Das kann beispielsweise über eine Videokonferenz mit einem Kassierer erfolgen.

Das Potenzial der Geldautomaten, da sind sich die Befragten einig, ist noch nicht ausgeschöpft. Immerhin meinen 88 Prozent, dass die Anzahl der Geldautomaten und sonstigen SB-Geräte gleichbleibt oder in naher Zukunft sogar noch steigen wird. Und doch kann es auch anders gehen, wie es die Frankfurter Sparkasse vormacht: Inhaber eines älteren Sparkonto-Modells erhalten künftig keine Karte mehr, mit der sie Auszüge am Automaten holen oder Ein- und Auszahlungen tätigen können. Sie werden für Transaktionen auf die Kasse verwiesen und können sich Auszüge in die Postbox ihres Online-Banking schicken lassen. Dabei geht es jedoch vermutlich weniger darum, die Selbstbedienung zurückzudrängen. Sondern die „Aussperrung“ vom Automaten bietet die Chance, die Kunden auf andere Produkte anzusprechen. Und es lassen sich Kosten für die

Ausstellung der in vielen Fällen gar nicht genutzten Karte sparen.

Die Reduktion der Kartenflut ist dabei sicher im Interesse der Kunden, die vielleicht gar nicht für jedes Konto eine eigene Karte brauchen. Technisch wäre es sicher auch machbar, über eine Bankkarte den Zugriff auf alle Konten im gleichen Haus zu ermöglichen – wenn auch vielleicht nicht unbedingt über die gleiche PIN. Doch auch diese Sicherheitsfrage sollte in Zeiten der Biometrie zu beantworten sein. **Red.**

Digitalisierung

Fruchtloser Rechtsstreit

Wenn es darum geht, traditionelle Geschäftsbereiche gegen neue Ansätze oder Wettbewerber zu verteidigen, beschreiten Unternehmen häufig den Rechtsweg. Auch die Deutsche Post AG versucht sich anscheinend auf diesem Weg gegen nahezu unausweichliche Marktanteilsverluste des Post-Ident-Verfahrens zur Wehr zu setzen und hat gegen die ID now GmbH, München, geklagt.

Denn das Münchner Fintech-Unternehmen hat nicht nur das Video-Ident-Verfahren entwickelt, das mittlerweile bei immer mehr Kreditinstituten eingeführt wird, um auch Neukunden Online-Abschlüsse ohne Medienbruch zu ermöglichen. Sondern es hat auch die im Juli in Kraft getretene EU-Verordnung eIDAS genutzt, um eine weitere Lösung an den Markt zu bringen, mit der auch solche Verträge komplett online abgeschlossen werden können, für die bisher zwingend das Schriftformerfordernis galt.

Insbesondere gegen die letztgenannte Lösung „eSign“ geht die Post juristisch vor. Begründung: Verträge mit Schriftformerfordernis können mit dieser Lösung nicht wirksam per qualifizierter elektronischer Signatur unterzeichnet werden. Die Post hatte deshalb beim Landgericht Köln einen Antrag auf Unterlassung gestellt. Sie ist damit jedoch gescheitert, der Antrag wurde

zurückgezogen. Es sieht also so aus, als ob auch Kreditverträge tatsächlich rechtsicher ohne Medienbruch abgeschlossen werden können.

Das ist für die Bankenbranche aus zweierlei Gründen eine gute Nachricht: Zum einen entfällt so ein Wettbewerbsnachteil gegenüber dem Ratenkauf beim Online-Händler, der rechtlich nicht als Kreditgeschäft gilt und deshalb schon immer ohne eigenhändige Unterschrift abgeschlossen werden konnte. Zum anderen ist der Wettbewerb um Lösungen für die Kundenidentifikation nun endgültig frei. Damit werden Kreditinstitute vermutlich bald unter einer ganzen Palette vergleichbarer Angebote wählen können – was auch die Preise sinken lassen dürfte.

Die Post – und damit auch die Postbank hat hingegen das Nachsehen. Postident gibt es zwar mittlerweile auch in einer digitalen Variante ohne Medienbruch. Damit wird die Post an dieser Stelle zwar nicht verdrängt. Als einstiger Platzhirsch wird sie gleichwohl zwangsläufig weiterhin Marktanteile verlieren. Das gilt umso mehr, als das Unternehmen noch keine eigene Signaturlösung für das Kreditgeschäft entwickelt hat.

Für die Postbank ist die Entwicklung insofern problematisch, als ihre Filialen der Kundenidentifikation durch die Verlagerung in die digitalen Kanäle nicht nur Provisionseinnahmen, sondern auch einen wichtigen Frequenzbringer verlieren – egal, welcher Anbieter schlussendlich welchen Marktanteil erreicht. Das mag manchmal begrüßt werden, weil es die mitunter überlangen Warteschlangen in den Postfilialen verkürzt. Es hilft aber nicht dabei, die Filialen, die die Bank im Auftrag der Post betreibt, profitabel zu halten. Und jeder Kunde, der nicht mit einem Postident-Formular kommt, ist auch einer weniger, den die Bank auf ihre eigenen Produkte und Dienstleistungen ansprechen kann. Gerade an kleineren Standorten, in denen kaum Beratung stattfindet, kann das vermutlich durchaus spürbare Lücken reißen. **Red.**