

bm - Blickpunkte

Direktbanken

Comdirect glänzt durch Visa-Verkauf

Das Jahr 2016 war für die Comdirect erneut ein Rekordjahr. Und doch war es – den Marktentwicklungen geschuldet – nicht so erfolgreich wie das vorangegangene. Denn der Rekordüberschuss von 120,7 Millionen Euro vor Steuern 2016 ist dem Sondereffekt aus dem Verkauf der Beteiligung an Visa Europe geschuldet, der der Bank 41,1 Millionen Euro einbrachte. Ohne diesen Sondereffekt wären es 79,6 Millionen Euro gewesen. Damit wäre das Jahr aber immer noch ein gutes gewesen, so CEO Arno Walter.

Wo der Verkauf von Visa Europe Geld in die Kassen gespült hat, hat das Kartengeschäft andererseits auch dazu beigetragen, den Provisionsüberschuss im Vergleich zum (ungewöhnlich guten) Vorjahr um sechs Prozent auf 215,4 Millionen Euro sinken zu lassen. Wie viel davon auf die rückläufige Orderfähigkeit der privaten Kunden (minus 2,1 Prozent) sowie die Orderstruktur zurückzuführen ist und wie viel auf die sinkenden Erträge aus dem Zahlungsverkehr, rechnet die Bank aber nicht auseinander. Bei einer Gesamtzahl von 1,35 Millionen Girokonten zum Jahresende 2016 dürfte der Effekt durch die Interchange-Regulierung jedoch gar so klein nicht sein.

Das Girokonto bleibt im Übrigen der Wachstumstreiber der Bank. 2016 konnten rund 90 000 neue Konten eröffnet werden. Das entspricht einem Wachstum um 7,1 Prozent. Die Softwarepanne vom Frühjahr 2016 hat das Wachstum somit nicht gebremst. Lediglich eine Handvoll Kunden habe man danach verloren. Gegenüber 2012 ist die Zahl der Girokonten um 50,4 Prozent gestiegen, was die Bank

umso mehr freut, als das Girokonto in vielen Fällen auch der Anknüpfungspunkt ins Wertpapiergeschäft ist. Von den 2,08 Millionen Kunden im B2C-Geschäft haben immerhin 1,0 Millionen ein Depot.

Und die Bank will weiterhin daran arbeiten, ihre Kunden für das Wertpapiersparen zu interessieren. Schließlich werden in Deutschland täglich 100 Millionen Euro an Vermögen allein dadurch vernichtet, dass die Menschen ihr Geld auf unverzinsten Konten parken, rechnet Walter vor.

Ein Produkt, das sich gut als „Investment Opener“ eignet, wie es die Bank nennt, ist das erst im September eingeführte Bonus-sparen. Im Rahmen dieses Bonusprogramms werden Kunden bei rund 100 Online-Anbietern Vergünstigungen gewährt. Diese Boni wiederum werden automatisch in einen Indexfonds investiert. Das Wertpapiersparen erfolgt also gewissermaßen nebenbei. Bei den Kunden kommt das Konzept offenbar gut an. Nach Angaben von Vorstand Dietmar von Blücher wird es bereits von mehr als 100 000 Kunden genutzt.

Auch 2017 will die Bank die Wertpapieranlage noch attraktiver machen. Zu den angekündigten Neuerungen zählt zum einen das digitale Assetmanagement als Robo-Advisor-Tool für die vollautomatisierte Vermögensbildung. Dabei soll es für jeden Kundengeschmack das passende Anlagemodell geben: für Selbstentscheider, für Beratungskunden und für Volldelegierer, die sich gar nicht selbst kümmern wollen.

Nach dem Motto: „Wertpapieranlage kann und muss auch Spaß machen“, das Vorstandschef Walter ausgibt, soll auch die Depotübersicht zu einem intuitiven Depotmanager mit grafischer Aufbereitung weiterentwickelt werden, der die bisherige Datenflut zu einem nahezu „haptischen

Element“ aufbereiten soll. Derzeit läuft die Friendly-User-Phase. Der Start für beide Anwendungen ist noch für das erste Halbjahr geplant.

Ebenfalls im ersten Halbjahr steht das Closing für den Erwerb von Onvista an, die Bank als Wachstumsinvestition versteht. Die Comdirect verspricht sich davon unter anderem eine Stärkung der Marktposition im Brokerage, insbesondere bei den Tradern, und Skaleneffekte bei der Tradingabwicklung. Und das Finanzportal Onvista mit 10 bis 12 Millionen Visits pro Monat wird nicht nur als Ergänzung zum eigenen „Informer“ gesehen, sondern auch als Plattform zur Vermarktung. Nicht zuletzt soll sie der Bank Werbeeinnahmen beschaffen. **Red.**

Privatkundengeschäft

Sparda West spürt Folgen ihrer neuen Konditionen

War es Absicht oder Zufall? Gleich zwei Sparda-Banken haben am 26. Januar ihre Ergebnisse für das Jahr 2016 vorgelegt, was direkte Vergleiche ermöglicht. Dabei zeigen sich einmal mehr die immer deutlicher werdenden Unterschiede zwischen einzelnen Instituten der früher so einheitlichen Gruppe der Sparda-Banken, zumindest, was den Zahlungsverkehr betrifft.

Die Sparda-Bank Hessen freut sich hier über 16 673 neu eröffnete Konten, was einem Wachstum um 7,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Nettowachstum der Anzahl der Girokonten wird mit 6 552 angegeben. Hier habe sich der unverändert beibehaltene Verzicht auf Kontoführungsgebühren bemerkbar gemacht, umso mehr, als der Wettbewerb an der Konditionenschraube gedreht hat. Die Entscheidung der Postbank, das Gra-

tiskonto abzuschaffen, hat die Sparda Hessen eigenen Angaben zufolge deutlich gespürt. Hier spricht man vom „Postbank-Effekt“.

Bei der Sparda-Bank West sieht das ein wenig anders aus. Sie spricht mit Blick auf die Kundenzahlen von einem „zarten Plus“ von 0,6 Prozent nach noch 1,4 beziehungsweise 1,3 Prozent in den beiden Vorjahren. Als Grund dafür macht Vorstandschef Manfred Stevermann sicher nicht zu Unrecht die Einführung einer Jahresgebühr von 10 Euro für die Debitkarte sowie die Anhebung der Jahresgebühr für die Standard-Kreditkarte von 30 auf 40 Euro aus. 22 853 neue Kunden im abgelaufenen Jahr bewertet er vor diesem Hintergrund noch als Erfolg. Für 2017 werden die Erwartungen jedoch gedämpft: Hier wäre Stevermann mit 15 000 Neukunden „rundum zufrieden“.

Die Kundeneinlagen sind bei der Sparda West um 2,9 Prozent, bei den Hessen um 5,7 Prozent gewachsen – eine Entwicklung, die beide Häuser als Vertrauensbeweis der Kunden bewerten, nach dem Motto: „Wenn ich schon keine Zinsen mehr bekomme, dann möchte ich doch zumindest sicher sein, dass ich mein gespartes Geld zurückerhalte“, wie es Manfred Stevermann in Düsseldorf formuliert.

Im Kerngeschäft der Sparda-Banken, dem Kreditgeschäft, zeigt sich ebenfalls eine ähnliche Entwicklung. Beide sind mit der Entwicklung bei der Baufinanzierung nicht zufrieden, machen sich hier doch deutlich die durch die EU-Wohnimmobilienkreditrichtlinie bewirkten Bremsspuren bemerkbar. Die Düsseldorfer verbuchen einen Anstieg des Kreditbestands um 55 Millionen Euro oder 1,2 Prozent auf 4,62 Milliarden Euro. Davon entfallen 4,46 Milliarden Euro auf Baufinanzierungen. Mit Neuzusagen von 589 Millionen Euro im Bereich der Baufinanzierung habe man Ende 2016 zwar „auf einem ordentlichen Niveau“ gelegen, aber mit 6,6 Prozent eben doch unter den Neuzusagen des Jahres 2015.

Gleiches beobachtet man in Frankfurt. Bei der Sparda-Bank Hessen ist der Kreditbestand in der Baufinanzierung um insgesamt 5,0 Prozent auf 2,443 Milliarden Euro gewachsen. Darin enthalten sind Kreditneuzusagen in Höhe von 490 Millionen Euro. Damit blieb das Neugeschäft um 40 Millionen Euro hinter dem Vorjahr zurück. Seit dem 21. März sei die Zahl der täglichen Zusagen spürbar gesunken, berichtet die Bank. Dabei habe die allgemeine Verunsicherung mit Blick auf die Wohnimmobilienkreditrichtlinie „intern gelähmt“.

Richtig zufrieden ist Jürgen Weber, der Vorstandsvorsitzende der Sparda-Bank Hessen, mit der Entwicklung im Ratenkreditgeschäft, bei dem die Bank seit 2004 mit der Teambank kooperiert. Der Easy Credit bescherte den Frankfurtern im abgelaufenen Jahr Vermittlungserträge in Höhe von 2,991 Millionen Euro. Das sind 2,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Mittlerweile habe sich der Easy Credit zum zweitgrößten Provisionsbringer der Bank entwickelt.

Die Sparda West hingegen hat das Ratenkreditgeschäft bisher noch selbst betrieben. Das Geschäft war aber seit einigen Jahren rückläufig. 2016 betrug das Minus stolze 13,1 Prozent. Das Gesamtvolumen lag zum Jahresende nur noch bei 113 Millionen Euro. Der Erkenntnis folgend, dass dieses wettbewerbsintensive Geschäftsfeld kein gutes Umfeld bietet, um als einzelne Bank nachhaltig erfolgreich sein zu können, hat die Bank deshalb zum Jahresende den Strategiewechsel eingeleitet und arbeitet seit Jahresbeginn 2017 ebenfalls mit der Teambank zusammen.

Im kommenden Jahr wird man sich demnach wohl auch in Düsseldorf wieder auf steigende Erträge aus dem Ratenkreditgeschäft freuen dürfen. Im Plan stehen rund 9 300 Abschlüsse mit einem Bestand von 80 Millionen Euro. Die ersten 700 Abschlüsse mit einem Gesamtvolumen über acht Millionen Euro wurden bis

zum 26. Januar bereits registriert – und das ohne besonderen Kommunikationsaufwand. **Red.**

Preispolitik

Volksbank in der Ortenau ohne Überziehungszinsen

Wenn es um die Bankkonditionen für Privatkunden geht, dann zeigt der Trend in der letzten Zeit meist nach oben. Vor allem bei Leistungen rund um das Girokonto haben sich viele Institute bereits genötigt gesehen, Kontoführungsgebühren anzuhäufen oder neue Entgelte einzuführen.

Die Volksbank in der Ortenau eG, Offenburg, die in Sachen Kontoführung auch nicht eben zu den günstigsten Anbietern zählt, hat in diesem Umfeld zu Jahresbeginn eine gute Nachricht für ihre Kunden bereit: Denn sie verzichtet seit dem Jahreswechsel bei Privatgirokonto auf Überziehungszinsen. Das ist zweifellos ein kluger Schachzug, stehen doch die Überziehungszinsen schon seit Jahren in der Kritik der Verbraucherschützer, die deren Berechtigung in Zeiten von Negativzinsen infrage stellen. Der Verzicht darauf ermöglicht es der Bank, sich als kundenfreundlich zu positionieren.

Gleichzeitig will die Bank jedoch offensichtlich, den Eindruck vermeiden, ihre Kunden mit dieser Maßnahme zu einem allzu sorglosen Umgang mit ihrem Geld zu verleiten. Sie verweist deshalb auf das im Online-Banking verfügbare digitale Haushaltbuch, mit dem sich zum Beispiel persönliche Limits für bestimmte Bereiche definieren lassen. **Red.**

Marketing

Romantische Geldanlage?

Der Valentinstag gilt in Deutschland vor allem als Erfindung des Blumenhandels. Und die Zahlen sprechen für sich: Allein

122,5 Millionen Rosen importierte Deutschland laut Statistischem Bundesamt im Februar 2014. Statista zufolge gaben Männer im Jahr 2015 durchschnittlich 10,70 Euro für Blumen für den Valentinstag aus, Frauen 3,95 Euro.

Insgesamt beliefen sich die durchschnittlichen Gesamtausgaben der männlichen Befragten zum Valentinstag auf 59,26 Euro (davon werden 30,95 Euro für Essen), bei den Frauen waren es 38,98 Euro.

Statt in solche vergänglichen Güter sollen Liebende lieber in Geld- und Anlagegeschenke investieren, meint das Netzwerk-Finanzkun.de GmbH, Jevenstedt, das sich zum Ziel gesetzt hat, „dem mangelnden Finanzwissen in Deutschland entgegenzuwirken und Verbraucher und seriöse Finanzberater zusammenzubringen“, und in dem sich rund 80 Finanzberater zusammengeschlossen haben. Auch Geldanlagen können romantisch sein, verbreitete das Netzwerk im Januar – schließlich drücken solche Geschenke, die das Wohl des Partners langfristig im Blick haben, Fürsorge aus. Romantischer geht es wohl kaum.

Als romantisches Produkt macht Finanzkun.de zum Beispiel Indexfonds aus, bei denen sich das Vermögen bei monatlichen Einzahlungen von 50 Euro nach zehn Jahren auf fast 10 000 Euro summieren. Damit werde der Wert aller über die Jahre gekaufter Blumensträuße weit übertroffen.

Übersehen wird dabei freilich, dass dabei auch die Aufwendungen erheblich höher sind. Schließlich wird der Valentinstag nur einmal im Jahr begangen, die Rechnung für den Indexfonds sieht allerdings monatliche Einzahlungen vor. Und die wird sich nicht jeder junge Verliebte leisten können (und wollen). Als Marketingansatz taugt der Gedanke somit wohl nur sehr begrenzt, zumal ein Depotauszug längst nicht bei allen Beschenkten in Sachen Romantik mit dem gemütlichen Abend zu zweit wird mithalten können. **Red.**

Kommunikation

Deutsche Bank entschuldigt sich

Der Öffentlichkeit in Asien ist es nicht unbekannt, dass sich Unternehmensvorstände medienwirksam entschuldigen. Vorständen in Europa ist dies eher fremd. Auch sie nutzen Pressekonferenzen oder Interviews, um für Skandale um Verzeihung zu bitten, Aufklärung und Besserung zu geloben. Bisher wurde aber nur selten Geld in die Hand genommen, um das zu tun. Genau diesen Weg ist jetzt die Deutsche Bank gegangen: Erst entschuldigte sich Vorstandschef John Cryan auf der Bilanzpressekonferenz für die Fehler der Vergangenheit, die die Bank nicht nur fünf Milliarden Euro für „Rechtsvorfälle“, sondern auch Reputation gekostet haben. Dann wurde diese Entschuldigung noch mit ganzseitigen Anzeigen in mehreren deutschen Tageszeitungen in die breite Öffentlichkeit getragen und damit aus Sicht mancher Beobachter vielleicht sogar zuviel des Guten getan.

Wie viel dieser Kotau die Bank gekostet hat, kann man nur vermuten. Offenbar wird das Geld aber als gut angelegt bewertet. Schließlich geht es darum, Vertrauen zurückzugewinnen, das bekanntlich gerade in der Finanzbranche eine unverzichtbare Voraussetzung für den geschäftlichen Erfolg darstellt. Dafür ist die Botschaft, dass das Schlimmste abgearbeitet ist und man für die Zukunft Besserung gelobt, wichtig. Gleiches gilt für die Feststellung, dass der größte Teil der Mitarbeiter nicht in „Sippenhaff“ genommen werden sollte, weil es sich um Verfehlungen Einzelner handelt. Das dürfte den meisten Kunden durchaus bewusst sein. Schon oft haben Studien schließlich belegt, dass das Vertrauen in den eigenen Berater sehr viel höher ist als das in die Bankbranche insgesamt.

Ein Ende der Negativschlagzeilen gibt es für die Deutsche Bank gleichwohl nicht: Dass in Israel aktuell wegen Steuerhinterziehung ermittelt wird, ist der Vertrauensbildung sicher nicht dienlich. **Red.**