SPARKASSEN

Der Fluch der Passivseite

In Zeiten von Niedrig- oder sogar Negativzinsen geht es kaum einer Bank oder Sparkasse gut. Aber während die aktivlastigen Häuser wenigstens über verstärkte Bemühungen im Kreditgeschäft ein klein wenig gegensteuern können, haben die passivlastigen Institute ein echtes Problem. Denn da die Verzinsungen für die immer weiter steigenden Einlagen meist schon nahe null sind, kann der Ertragsrückgang durch auslaufende Altanlagen und Altkredite nicht mehr aufgefangen werden. Und mit den Eigenanlagen ist auch nichts mehr zu verdienen beziehungsweise das Parken von Liquidität kostet bei der EZB sogar Geld.

Für die Frankfurter Sparkasse heißt das in Zahlen ausgedrückt: Zinsüberschuss 2018 minus 5,3 Prozent oder 14,3 Millionen Euro auf 257,7 Millionen Euro. Allein auf der Passivseite sank der Zinsbeitrag in den vergangenen fünf Jahren um mehr als 50 Millionen Euro, der Ertrag aus den Eigenanlagen nahm im gleichen Zeitraum um rund 15 Millionen ab. Die Banken und Sparkassen werden durch die Geldpolitik der EZB dafür bestraft, dass ihnen die Kunden ihr Erspartes anvertrauen. Da beklagt der Vorstandsvorsitzende Robert Restani völlig zu Recht eine „verkehrte Welt".

Was bleibt, sind äußerst unpopuläre Maßnahmen, die möglichst weit hinausgeschoben werden, aber mitunter unvermeidlich sind. So hat die Helaba-Tochter nun angekündigt, sich noch intensiver mit dem Thema Verwahrentgelte zu beschäftigen. Bereits seit Herbst 2016 wird der Negativzins bei hohen, kurzfristigen Einlagen von Firmenkunden weitergereicht. Das soll nun auf mittelgroße Einlagen von Firmenkunden und sogar auf hohe Einlagen von Privatkunden ausgeweitet werden. Mit rund 8,3 Milliarden Euro verfügt die Fraspa aber auch über einen erheblichen Passivüberhang, den sie so ein klein wenig zu reduzieren hofft. „Weder ist die Sparkasse eine Insel der Glückseligen noch kann es Aufgabe der Kreditinstitute sein, auf unbestimmte Dauer ihre Kunden vor den Auswirkungen der Niedrigzinsphase, einer politisch gewollten Entwicklung, abzuschirmen", erläutert Restani den Schritt. Man befinde sich aber mit den bestehenden Kunden in Gesprächen über Anlagealternativen, vor allem im Bereich des Wertpapiersparens, so der Vorstandvorsitzende.

Verwahrentgelte sind aber nur ein Teil der Reaktion der Fraspa auf das aktuelle Umfeld. Darüber hinaus wird es zu weiteren Einsparungen in Höhe von rund 10 Millionen Euro kommen. Rund 50 Mitarbeiter werden in den kommenden Jahren abgebaut, die Sachkosten sollen um bis zu 6 Millionen Euro sinken. Und das, obwohl das Effizienzsteigerungsprogramm „Speed" gerade erst für Einsparungen in Höhe von 20 Millionen und 10 Millionen Euro zusätzlichen Ertrag gesorgt hat. Aber die Rahmenbedingungen, und das ist nicht allein die Geldpolitik, lassen die Erträge der Frankfurter Sparkasse Jahr für Jahr im mittleren einstelligen Millionenbereich sinken. Da muss man beizeiten gegensteuern.

2018 steht unter dem Strich ein leicht gesunkener Jahresüberschuss von 41 Millionen Euro, nach 45 Millionen Euro im Vorjahr. Die Verwaltungsaufwendungen haben sich um 3,8 Prozent auf 255,8 Millionen Euro reduziert, das Betriebsergebnis vor Bewertung belief sich auf 82,3 (im Vorjahr: 90.8) Millionen Euro. Allerdings sind im Ergebnis 2018 schon 23,1 Millionen Euro an Abzinsungsaufwand für eine unverzinste Verbindlichkeit gegenüber der EZB zurückgestellt, die in den kommenden drei Jahren jeweils anteilig aufgelöst werden kann. Wie gut die Frankfurter Sparkasse eigentlich wirtschaftet, belegen folgende Zahlen: Wirtschaftliches Eigenkapital auf 1,092 Milliarden Euro gestiegen, Eigenkapitalrendite 8,4 Prozent, Kernkapitalquote 19,8 Prozent, Kundenkreditvolumen plus 2,7 Prozent auf 8,4 Milliarden Euro, Rekordneugeschäft beim Bausparen, Verdoppelung der Zusagen an Konsumentenkrediten auf 71,9 Millionen Euro. Operativ läuft vieles richtig. P.O.

DIE ZAHL

30 000

Unternehmensgründer sind auf der im April 2018 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, der KfW Bankengruppe und Business Pilot ins Leben gerufenen Gründerplattform registriert. Mehr als eine halbe Million Gründungsinteressierte haben die Gründerplattform inzwischen besucht. Auch die Unterstützung aus den Reihen der deutschen Gründungsförderer ist breit. Derzeit hat die Plattform rund 500 Partner, darunter alle Förderbanken und Bürgschaftsbanken der Länder, mehr als 50 Prozent aller Kammern, jeweils deutlich über 100 Sparkassen und Volksbanken sowie etliche private Banken und regionale Wirtschaftsförderer. Das Angebot der Plattform geht von der Ideenfindung über die Geschäftsmodell- und Businessplanentwicklung bis hin zur konkreten Finanzierungsanfrage. Als noch wichtiger bezeichnet Matthias Machnig, Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, die digitale Infrastruktur, die es Gründerinnen und Gründern ermöglicht, in Interaktion mit eigenen sowie externen Netzwerken zu treten. Auf diese Weise könne eine enge Verbindung zu regionalen Akteuren geschaffen werden, was für die Gründung vor Ort eine wesentliche Rolle spielt. Red.

VERSICHERUNGEN

R+V im Wandel

„Wachstum durch Wandel" – dieses Motto hat Norbert Rollinger bei seinem Amtsantritt als Vorstandsvorsitzender der R+V ausgerufen. Wandel heißt dabei nicht nur, aber ganz wesentlich Digitalisierung. Und da ist der genossenschaftliche Versicherer auch 2018 ordentlich vorangekommen – wobei die Hälfte der IT-Projekte bereits in agiler Arbeitsweise realisiert wurde.

Auf der genossenschaftlichen Vermietpattform Genosharing können Gebrauchsgegenstände aller Art privat vermietet werden – mit Versicherungsschutz von der R+V. Neugeschäftsimpulse für die Banken geben soll die „Insure-Box-App" für digitalaffine Kunden mit Konto bei einer Genossenschaftsbank. Neuproduktkäufe über 250 Euro aus den Kategorien Elektronik und Technik, Sport und Freizeit, Kleidung und Schuhe, Möbel und Einrichtung sowie Haushaltsgeräte sind damit auf Basis der Kontodaten innerhalb der

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

ersten fünf Tage kostenfrei gegen Sturz und Bruch versichert – danach erfolgt die Ansprache auf einen eventuellen dauerhaften Versicherungsbedarf. Für Geschäfts- und Gewerbekunden gibt es die digitale Gewerbe-Police, die der Bankberater online und auf Basis bereits vorhandener anonymisierter Bankdaten innerhalb von 10 Minuten abschließen können soll.

Gemeinsam mit Friendsurance wurde der „VR Versicherungsmanager" entwickelt, mit dem Kunden der Genossenschaftsbanken alle ihre Versicherungsverträge – auch die von anderen Anbietern – mobil in einer einzigen Anwendung verwalten und die Leistungen ihrer Verträge mit dem R+V-Tarif vergleichen können. Ein Schnell-Check zur Bedarfsanalyse soll zusätzliche Impulse für Neugeschäft bieten, zumal das Tool auch möglichen Absicherungsbedarf aufgrund bestimmter Lebensereignisse erkennen soll. Mit sechs Banken pilotiert, geht die App im Mai in den Rollout.

Im Juli 2018 ist darüber hinaus mit zunächst einer Bank das Vermittlerportal „Wilhelm" in den Test gegangen, der im vierten Quartal 2018 um zehn weitere Banken erweitert wurde. Mit dieser Plattform will die Genossenschaftsorganisation den Kampf um die Kundenschnittstelle aufnehmen, wie es Rollinger formuliert. Über „Wilhelm" soll der Kontakt auch zu jenen Kunden gehalten werden, die ihre Versicherungen eher über eine Plattform als über die Bank abschließen. Die von anderen Produktgebern gezahlten Provisionen fallen dagegen weniger ins Gewicht. Die größere Durchschlagskraft erwartet Rollinger gleichwohl vom VR Versicherungsmanager

Wandel ist aber natürlich mehr als nur Digitalisierung. Er betrifft zum Beispiel auch die Produktentwicklung über die Vertriebskanäle hinaus. Als Beispiel dafür, wie sich die Vernetzung von Bank und Versicherung auf Basis des Genossenschaftsgedankens noch verbessern lässt, nennt Rollinger „Mitglieder Plus" aus dem Bereich der Schaden- und Unfallversicherung. Die Idee dabei ist die Belohnung des regionalen Kollektivs in Abhängigkeit vom Schadenverlauf. Bei einer unterdurchschnittlichen Schadenquote der Mitglieder einer Bank werden allen bis zu zehn Prozent der Beiträge erstattet. Bei höheren Schadenquoten – etwa wenn die Region von einem Unwetter heimgesucht wurde – steigen die Beiträge jedoch nicht.

Das zunächst mit sechs Banken getestete Programm ist bereits im Rollout, nachdem die Erfahrungen aus dem Test durchweg positiv waren. Im Vergleich zu nicht teilnehmenden Instituten machten die Testbanken ein dreimal so großes Neugeschäft.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

Die Vernetzung mit den Genossenschaftsbanken bei gleichzeitiger Anpassung an den digitalen Wandel hat der R+V im Jahr 2018 vor allem in der Kompositsparte ein Wachstum deutlich über dem Markt beschert: Bei den Bruttobeitragseinnahmen betrug das Plus 5,1 Prozent gegenüber 3,3 Prozent in der gesamten Branche. So erhöhte sich der Marktanteil auf 8,1 Prozent und nähert sich damit dem Doppelten des Jahres 2000 (4,7 Prozent).

In der Sparte Leben/Pension hat die R+V dagegen erstmals seit Jahren leicht an Marktanteil verloren. Beim Neubeitrag sank der Anteil von 13,8 Prozent 2017 auf 13,3 Prozent (zum Vergleich: im Jahr 2000 betrug der Marktanteil 4,5 Prozent). Diese Entwicklung ist auf die Entwicklung bei den Einmalbeiträgen zurückzuführen. Das Geschäft gegen laufenden Beitrag – zentral für die private Altersvorsorge – läuft indes gewohnt erfreulich. Hier konnte der Marktanteil denn auch von 6,2 auf 6,4 Prozent weiter gesteigert werden. Und auch bei der bAV wuchs das Stück der R+V vom Kuchen von 12,8 auf 12,9 Prozent.

Das Sozialpartnermodell im Sinne des Betriebsrentenstärkungsgesetzes freilich hat „im Markt noch nicht so abgehoben, wie die Politik sich das vorgestellt hat", sagt Norbert Rollinger. Die Umsetzung sei allerdings auch nicht trivial. Von einem Scheitern möchte die R+V deshalb nicht sprechen. Im Februar dieses Jahres hat der Versicherer trotzdem noch einmal nachgelegt und gemeinsam mit Union Investment eine Direktversicherung für die bAV vorgestellt.

Was die Garantiemodelle angeht, macht sich inzwischen auch bei der R+V die Verschiebung zur „neuen Klassik" bemerkbar. Auf solche Verträge entfiel 2018 ein Viertel des Neugeschäfts, Klassik-Tarife machten 57 Prozent aus - nach 61 Prozent im Vorjahr. Die restlichen 18 Prozent waren fondsgebundene Rentenversicherungen. Red.

DIREKTBANKEN

Nicht alles Gold, was glänzt

Im Vergleich mit Filialbanken gelten Direktbanken als innovativer, kundenfreundlicher und preiswerter. Dass auch bei den filiallosen Kreditinstituten nicht alles zum Besten steht, zeigt eine neue Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, die neun große Direktbanken unter die Lupe genommen hat. Das Gesamturteil lautet dabei lediglich „befriedigend".

Positiv schneiden die untersuchten Banken bei der Sicherheit und hier vor allem bei den Legitimationsverfahren ab. Beim Service und vor allem den Konditionen geht die Schere hingegen weit auseinander. So beträgt die Guthabenverzinsung bei Tagesgeldkonten im besten Fall 0,2 Prozent, meist allerdings nur 0,01 Prozent. Bei den Ordergebühren berechnet die teuerste Direktbank im Einzelfall mehr als das Dreifache gegenüber dem günstigsten Anbieter.

Beim Service am Telefon, per Mail und im Internet schneidet die Branche insgesamt befriedigend ab. Während die Internetauftritte in puncto Informationswert und Nutzerfreundlichkeit mehrheitlich überzeugen, zeigen sich an der Hotline und per E-Mail Defizite: Die Mitarbeiter gehen selten individuell auf das Kundenanliegen ein und Auskünfte fallen nicht immer vollständig aus.

Testsieger der Untersuchung ist die Comdirect Bank mit dem Qualitätsurteil „gut". Sie zeigt auch im Service eine „sehr gute" Leistung. Am Telefon beraten die souveränen Mitarbeiter strukturiert und inhaltlich verständlich. E-Mail-Anfragen werden zügig, kompetent und sehr freundlich beantwortet. Bei den Konditionen wurde unter anderem der bonitätsunabhängige Zinssatz beim Ratenkredit positiv gewertet. Auf Rang zwei kommt die 1822 direkt, ebenfalls mit der Note „gut", gefolgt von der DKB, bei der die größte Anzahl an sicheren Legitimationsverfahren, darunter HBDI, hervorgehoben wird.

Zum Brokerage der Direktbanken gab es eine eigene Sonderauswertung. Auch hier führt die Comdirect das Ranking an – was dem eigenen Anspruch der Bank entspricht, die erste Adresse fürs Wertpapiersparen zu sein. Auf Platz zwei folgt wiederum die 1822 direkt, Rang drei belegt beim Brokerage die Norisbank.

Die ING, die zum Beispiel bei der Auswertung des Servicebarometer in Sachen Kundenzufriedenheit vorn liegt, kommt weder in der Gesamtauswertung noch beim Wertpapiergeschäft unter die Top 3. Das zeigt, dass solche Ranking, immer ein Stück weit subjektiv sind und die Platzierung in der Tabelle zum einen davon abhängt, welche Faktoren als wichtig bewertet werden, zum anderen oftmals auch eine Momentaufnahme der jeweiligen Stichprobe darstellen. Wichtiger ist insofern die Gesamtbewertung der neun untersuchten Banken. Denn sie zeigt, dass auch die Direktbanken nur mit Wasser kochen und das Wörtchen „direkt" kein Gütesiegel darstellt. Die Filialbanken werden das gern hören – tun aber gut daran, sich nicht auf die Defizite des Wettbewerbs zu verlassen. Red.

MITARBEITER

Abschied von der Krawatte

Banken und Sparkassen leben vom Vertrauen ihrer Kunden. Seriöses Auftreten der Mitarbeiter ist dafür selbstverständlich. Lange Zeit gehörte dazu die Krawatte ganz selbstverständlich dazu – galt sie doch als das äußere Symbol für Seriosität.

Im Alltag sind Anzug und Krawatte aber immer mehr auf dem Rückzug – auch im Geschäftsleben. Auf diesen Trend reagieren auch immer mehr Banken und Sparkassen und lockern ihre Kleiderordnung. Natürlich sollen Kundenberater ihren Kunden immer noch ordentlich gekleidet gegenübertreten – zerrissene Jeans, Rocker-Outfit, Jogginghose oder Minirock sind auch weiterhin tabu. Es müssen aber eben nicht mehr unbedingt Anzug mit Krawatte oder Kostüm sein.

Dabei geht es um zweierlei: Zum einen sollen sich die Mitarbeiter in ihrer Arbeitskleidung wohlfühlen und sich nicht „verkleidet" vorkommen. Denn ein solches Unwohlsein kann die Ausstrahlung auf den Kunden durchaus beeinträchtigen. Es geht aber auch um den Kunden selbst – gilt doch heute überall das Credo, dem Kunden „auf Augenhöhe" zu begegnen. Sitzt der Berater dem Kunden dann in einer Aufmachung gegenüber, die dieser allenfalls zu ganz besonderen und festlichen Anlässen aus dem Schrank holt, kann auch das eine Art Barriere darstellen.

In der Art argumentiert auch die Naspa, die jetzt ganz offiziell den Krawattenzwang aufgehoben hat und es den Mit-

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

arbeitern weitgehend freistellt, ohne Vorgabe zwischen Business- oder Business-Casual-Stil zu wählen. Lediglich zu besonderen Anlässen soll es auch weiterhin ein einheitliches Auftreten – zum Beispiel mit Krawatte für die Herren und Tuch für die Damen geben. Das Namensschild gehört in jedem Fall auch nach der neuen „Kleiderordnung" weiterhin dazu.

Grundlage für den neuen Stil, der Freiräume für Individualität und modische Gesichtspunkte gewährt, sind „Freiwilligkeit und Eigenverantwortung unter Berücksichtigung von Anlass und Kundengruppe", sagt der Naspa-Vorstandsvorsitzende Günther Högner. Mit anderen Worten: Ein spezieller Jugendberater darf sich anders kleiden als ein Private-Banking-Berater. Und auch im Firmenkundengeschäft wird es darauf ankommen, mit was für Kunden man es zu tun hat.

Die neuen Freiheiten schaffen damit auch ein Stück Unsicherheit: Was ist jetzt erlaubt und was sollte man immer noch vermeiden? In der Naspa, so Högner, waren die Meinungen zum Thema deshalb differenziert. Eine interne Projektgruppe mit Mitarbeitern verschiedener Bereiche, die sich mit dem Thema „Style Guide" und Arbeitskleidung befasst und die neue Vorgehensweise vorgeschlagen hat, hat aus diesem Grund eine Art Modemagazin entwickelt, das eine Orientierungshilfe geben soll. Dort führen Mitarbeiter vor, wie der neue Stil aussehen könnte. „Schon aus Respekt vor den Kunden bleiben wir immer noch im Bereich der Business-Kleidung", fasst Högner das Ergebnis zusammen. Red.

FACTORING

Noch Luft nach oben

„Wirtschaftlich bewegte Zeiten können gute Zeiten für Factoring sein", lautet ein alter Factoring-Grundsatz. Wenn das stimmt, müssten die Aussichten für die Branche angesichts der diversen Unsicherheiten aktuell bemerkenswert gut sein. Entsprechend optimistisch zeigen sich der Deutsche Factoring Verband e.V., Berlin, und seine Mitglieder, von denen 47 Prozent eine sehr gute bis gute Geschäftsentwicklung erwarten. Das liegt nicht zuletzt daran, dass der Forderungskauf sowohl von kleinen als auch von großen Unternehmen in Deutschland immer intensiver genutzt wird – inzwischen von 44 000 an der Zahl, was für 2018 einem Zuwachs von mehr als 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die Factoring-Quote, die das Verhältnis zwischen dem angekauften Forderungsvolumen der deutschen Factoringinstitute und dem Bruttoinlandsprodukt misst, liegt dennoch konstant bei 7,1 Prozent. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern wie Belgien (17 Prozent), Frankreich, Italien und Spanien (je 14 Prozent) oder Großbritannien (13 Prozent) scheint das Potenzial jedoch offenbar bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Red.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH