

b+m

bank und markt

51. Jahrgang | Fritz Knapp Verlag | www.digitale-bank.de

12

15. Dezember 2022

DIE DIGITALE BANK

Digitaler
Sonderdruck

50 JAHRE

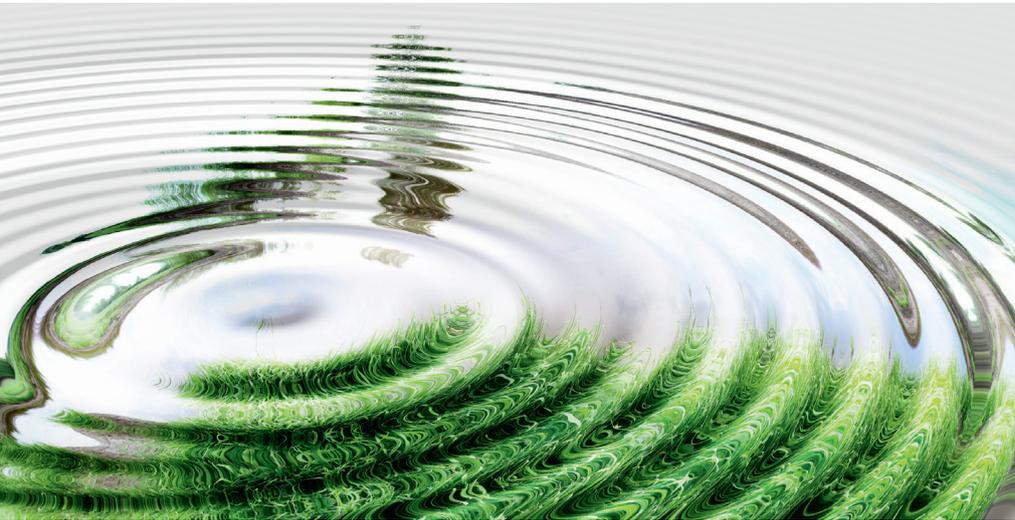
BANK UND MARKT

TRENDLINIEN IM RETAILBANKING

VON HERBERT WALTER

Trendlinien im Retailbanking

Von Herbert Walter



Als bank und markt an den Start ging, war das Geschäft mit Privatkunden im deutschen Bankenmarkt schon in Bewegung gekommen. Der Markt stand kurz vor dem „Zeitalter der Produktion“, wie es Herbert Walter nennt. Dem „Zeitalter des Vertriebs“ folgten dann die Finanzkrise und der Beginn der strikten Regulierung, die das „Zeitalter der Kunden“ einläutete. Heute haben es Banken vor allem mit zwei Kundengruppen zu tun: den Vermögendereen, für die Wertpapiere und Immobilien eine Rolle spielen, und den weniger Vermögenden, die in hohem Maße auf Garantien schauen. Vor allem mit Blick auf diese Kunden bewertet der Autor den Verzicht auf ein Provisionsverbot positiv. Gleichzeitig verweist er am Beispiel von Riester auf die Nachteile von Garantien. Red.

Wer mehr als einen flüchtigen Blick auf die Entwicklung der deutschen Privatkundenbanken werfen will, kommt an einem Phänomen nicht vorbei: dem Ruf der Deutschen als „Volk der Sparer“, den diese sich im Laufe der Zeit erworben haben. Mit Beginn der Coronapandemie hat sich in Deutschland eine langjährige Erfahrung einmal mehr bestätigt: In Krisenzeiten wird mehr gespart als sonst. Tatsächlich kam es im Jahr 2020 zu einer außerordentlichen Zunahme der Ersparnisbildung. Das heißt, die privaten Haushalte legten zeitweise mehr als 20 Prozent ihres verfügbaren Einkommens auf die hohe Kante. Zu den Branchen, die am meisten von einer verstärkten Bildung von Ersparnissen profitieren, gehört das Bankgewerbe. Warum? Weil es die primäre Aufgabe der Banken und Sparkassen ist, die Gelder ihrer Kunden anzulegen. In diesem Beitrag werden – nach dem Motto „Zukunft

braucht Herkunft“ – skizzenhaft ein paar wichtige Trendlinien in der Beziehung zwischen Privatkundenbanken und ihren Kunden herausgearbeitet, die auch den Blick in die Zukunft öffnen sollen.

Einstieg ins Privatkundengeschäft ...

Zu den entscheidenden Wendepunkten in der bis Anfang der sechziger Jahre recht statischen Vertriebslandschaft im Geschäft deutscher Banken und Sparkassen mit privaten Haushalten gehörte der Einstieg der Geschäftsbanken in diese Sparte. Beispielfhaft genannt sei hier die Deutsche Bank, die im Jahr 1959 mit einem ersten Produkt – dem Konsumentenkredit – ihr Privatkundengeschäft begann. Das Angebot stieß in weiten Teilen der Bevölkerung auf lebhaftes Interesse, sodass die Bank zehn Jahre später

eine durchaus führende Position in diesem speziellen Segment beanspruchen konnte. Dabei schien es zunächst, als würde die blaue Bank mit dem neuen Geschäftssegment eher fremdeln. Jedenfalls wollten die Mahner nicht verstummen, dass der Kleinkredit sich nur mit Mühe in das traditionelle Berufsbild eines Bankdirektors einpassen lasse. Reste dieses kulturellen Themas begleitete die Geschäftsbanken teils bis ins neue Jahrtausend.

In den siebziger Jahren startete die Deutsche Bank dann durch und weitete das Angebot zu einer veritablen Produktfamilie aus – mit einer ganzen Reihe innovativer Dienstleistungen für das breite Privatkundengeschäft. Insgesamt war inzwischen deutlich Bewegung in den deutschen Bankenmarkt mit Privatkunden gekommen. Die Banken und Sparkassen bauten schrittweise ihre Filialnetze aus, nicht selten mit dem Ziel, als „Saugnäpfe“ zur Refinanzierung des Firmen- und Großkreditgeschäfts zu dienen.

...über das „Zeitalter der Produktion“...

Die zweite Hälfte der siebziger Jahre und die achtziger Jahre dürfen mit Fug und Recht als „Zeitalter der Produktion“ verstanden werden. Die ersten Geldautomaten halfen mit, den Kunden das Leben leichter zu machen. Zugleich vergrößerte sich das Angebot für die breite Privatkundengruppe in dieser Zeit gewaltig. In jeder der drei Bank-



Herbert Walter,
Frankfurt am Main

säulen wurden „Produktschmieden“ gegründet, meist als Tochtergesellschaften: Bausparkassen, Lebensversicherungen und Fondsproduzenten wurden fortan genutzt, um unablässig neue Produkte für das Privatkundengeschäft zu generieren.

In dieser Zeitspanne schaffte auch der bargeldlose Zahlungsverkehr in Deutschland und Europa den Durchbruch: Zu den Meilensteinen auf diesem Wege gehörten der Eurocheque, die ec-Karte, die Eurocard (heute Mastercard) und der Euro-Reisescheck.

... ins „Zeitalter des Vertriebs“

Mit Beginn der neunziger Jahre folgte eine Phase, die sich in der Nachschau als „Zeitalter des Vertriebs“ einordnen ließe. Als wesentliche Treiber großer Veränderungen am Markt wirkten die neuen technologischen Möglichkeiten, ein gewachsenes Verständnis für die differenzierten Bedarfe der Kunden und die Attacken immer neuer Wettbewerber. Im Mittelpunkt standen zunächst komplementäre Vertriebswege, wie etwa die ersten Direktbanken, meist mit den beiden Produktlinien Brokerage und Banking – und einer großen Telefonie. Denn das digitale Element blieb damals noch weit hinter dem Telefonbanking zurück. Es folgten spezielle Vertriebsformate für das Retail Banking und das Private Banking. Hinzu kamen Baufinanzierungszentren, Supermarktfilialen, mobile Vertriebe mit selbstständigen Handelsvertretern und professionalisierte Selbstbedienungszonen.

Ungeachtet dieser Fülle an Innovationen an der Kundennahtstelle war die Filiale immer noch der am meisten genutzte Vertriebsweg. Den Verantwortlichen für das Privatkundengeschäft wurde zunehmend klar, dass hier immer weitere Kanäle draufgepackt wurden und der Kostendruck wie auch die Komplexität sprunghaft anstiegen. Um die Jahrtausendwende begann zum Beispiel die Deutsche Bank, ihr Filialnetz zu trimmen. In zwei Schritten reduzierte sie die Zahl ihrer Filialen auf etwa die Hälfte. Zugleich startete sie die Optimierung der Teamgröße vor Ort durch Zusammenlegungen von kleineren Filialen. Es hatte sich herausgestellt, dass kleine Stellen mit vier Mitarbeitern strukturell bedingt weniger rentabel wa-

ren als größere mit um die zehn Beschäftigten. Bei Letzteren konnten neben Generalisten auch Spezialisten für margenstarke Angebote eingesetzt werden, etwa für die Vermögensanlage oder für die Baufinanzierung. Dies trug dazu bei, die Profitabilität der Filialen teilweise mehr als zu verdoppeln.

Hatten die deutschen Banken mit der Jahrtausendwende verstärkt begonnen, zu beweisen, dass man in Deutschland auch das sogenannte Mengengeschäft rentabel betreiben kann, wurden die Rahmenbedingungen mit der Finanzkrise rasch andere. Immer mehr kamen alle möglichen Nebengeräusche auf und vieles, was vorher absolut richtig schien, fühlte sich plötzlich nicht mehr passend an.

Lange Zeit schon schwelte – im Inneren der Banken – ein Richtungsstreit in der Beratung von Privatkunden. Diskutiert wurden Fragen wie diese: Kann ein Finanzberater seinem Kunden wirklich das beste Produkt empfehlen, wenn der Produktanbieter ihm eine „Provisions-Karotte“ hinhält? Spätestens, als mitten in der Finanzkrise plötzlich Privatkunden Geld mit Zertifikaten verloren, wurde das Thema in Talkshows und anderen öffentlichen Foren diskutiert.

Mit dem Siegeszug der Produzenten von Finanzprodukten im Asset Management und Investment Banking war das Pendel schon vor der Finanzkrise immer weiter in Richtung „Produktlenke“ ausgeschlagen. Dass auch in klassischen Bankfilialen aus Beratungsterminen mit Kunden immer mehr Verkaufsgespräche wurden, konnte bei dem damals herrschenden Zeitgeist in der Finanzindustrie nicht ausbleiben.

Regulierung läutet „Zeitalter des Kunden“ ein

Infolge der Finanzkrise begann in vielen europäischen Ländern eine Diskussion, die sich mit der Frage beschäftigte: Was lernen wir im Privatkundengeschäft aus den Krisenjahren und welche Reformen sollten auf den Weg gebracht werden? Im Koalitionsvertrag vom Oktober 2009 war eine Leitlinie formuliert, die Bundeskanzlerin Angela Merkel bei vielen Gelegenheiten wiederholte: dass es in Zukunft kein Finanzmarktprodukt, keinen Finanzmarktakteur und keinen Finanzmarkt geben dürfe, die nicht reguliert

und beaufsichtigt sind. Viereinhalb Jahre später war dann ein wichtiger Eckstein der neuen Regulierung fertig. Kurz vor Ostern 2014 hatte das europäische Parlament der EU-Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (MiFID II) zugestimmt. Das erklärte Ziel: die Finanzmärkte stärker an die Kandare zu nehmen. Die „Mutter der europäischen Finanzmarktordnung“ war geboren.

Im Zuge der Aufarbeitung der Lehren aus der Finanzkrise war die Situation und Sichtweise privater Haushalte stark in den Mittelpunkt der Diskussionen gerückt. Das war nicht verwunderlich, weil die digitale Transformation mittlerweile weit vorangeschritten war und sich damit immer neue Möglichkeiten eröffneten, den Nutzen des Kunden und das Kundenerlebnis in den Fokus zu stellen. Digitales und Customer Experience sind schwer voneinander zu trennen und sinnvollerweise kombiniert anzugehen. Es war deshalb nur konsequent, bei der BaFin auch den Verbraucherschutz anzusiedeln.

Für die Finanzbranche geht es im Zeitalter des Kunden darum, zu verstehen, wer die wichtigsten Kunden sind, in welcher finanziellen Situation sie sich befinden, welche Ziele und Wünsche sie treiben und welche Erlebnisse und Erfahrungen sie mit einem Anbieter verbinden oder sammeln wollen. Die im Folgenden diskutierten Themen gehen deshalb in besonderer Weise auf die finanzielle Lage ausgewählter Kundensegmente ein.

Startpunkt ist dabei die ganz auf den Nutzen des Kunden zielende Frage: Was bringt es eigentlich dem einzelnen Kunden, dass Deutschland Weltmeister im Sparen ist und eine gewaltige gesamtwirtschaftliche Ersparnis generiert? Die in den Jahren 2010 und 2011 durchgeführte Vermögensbefragung der Bundesbank und Studien der Europäischen Zentralbank hatten nämlich vielen Menschen eines bewusst gemacht: Dass die deutschen privaten Haushalte gerade einmal ein mittleres Nettovermögen (Median) von 51 400 Euro auf die Waage brachten – weniger als die Hälfte der Vermögen privater Haushalte in Frankreich (113 500 Euro) und nicht einmal ein Drittel der spanischen Nettovermögen (178 300 Euro) oder der Vermögen in Italien (163 900 Euro). Bis zur Vermögensbefragung der Bundesbank im Jahr 2017

ist der Median des Nettovermögens der Privathaushalte in Deutschland um rund 38 Prozent auf 70 800 Euro gestiegen, hält aber unverändert keinem Vergleich mit den Werten in einigen anderen europäischen Ländern stand.

Auch in vielen Gesprächen zwischen Bankberatern und ihren Kunden wurde und wird bis heute die Frage erörtert: Wie ist es möglich, dass wir als eine der größten Volkswirtschaften der Welt so viel mehr produzieren als verbrauchen, davon aber unter dem Strich im Vergleich zu manchen Nachbarländern so wenig zur Vermögensbildung des einzelnen Haushalts übrigbleibt?

Wertpapieranlagen auf dem gleichen Niveau wie vor 50 Jahren

In einem 50-Jahresvergleich der Vermögensstruktur der deutschen Privathaushalte fallen folgende Veränderungen auf:

- Private Rentenversicherungen und kapitalbildende Lebensversicherungen haben kräftig zugenommen; sie hatten in der ersten Bundesbank-Befragung nach der Finanzkrise einen Anteil am Finanzvermögen von 27 Prozent gegenüber 22 Prozent Ende der fünfziger Jahre.
- Bankeinlagen: Rund 44 Prozent des gesamten Finanzvermögens waren bei der angesprochenen Befragung noch auf Tagesgeld-, Festgeld-, Giro- oder Sparkonten angelegt beziehungsweise werden als Bargeld gehalten. Anfang der sechziger Jahre lag der Anteil noch über 50 Prozent. Spareinlagen haben sich auf 15 Prozent im Jahr 2009 annähernd halbiert, weil viele Privathaushalte liquide Anlagen mit höheren Zinsen bevorzugen.
- Wertpapieranlagen sind im Gesamtanteil mit 23 Prozent im Vergleich zu 25 zu Beginn der Betrachtungsperiode nur wenig verändert. Allerdings haben Aktien kräftig an Boden verloren, während Investmentfondsanteile stark gewonnen haben und Schuldverschreibungen ebenfalls einen höheren Anteil haben.

In der Folge werden zwei Typen von Haushalten mit einem entsprechenden Bedarfsschwerpunkt diskutiert: erstens vermögendere Haushalte mit Fokus auf Investments in Wohnimmobilien und Kapitalmarktinstrumente, zweitens weniger vermögende Kunden mit

einem starken Interesse an risikoarmen Anlagen. Ein abschließender Teil setzt sich mit dem Beratungsmodell der Banken auseinander.

Das Grobprofil der vermögendenen Hälfte der privaten Haushalte (Median) stellt sich so dar:

30 Prozent sparen zwischen rund 17 000 Euro und 79 500 Euro, weitere 15 Prozent zwischen 79 500 Euro und 224 000 Euro. Die letzten 5 Prozent sind laut Bundesbank stark durch besonders Vermögende beeinflusst und sollen deshalb hier nicht einbezogen werden. Die Mehrheit der vermögendenen 45 Prozent der Privathaushalte erwartet von ihren Banken in der Regel eine individuelle Beratung und Betreuung.

Das in Immobilien und Wertpapieren gehaltene Vermögen in Deutschland ist stark bei dieser vermögenden Kundengruppe konzentriert. Hier liegt die Eigentumsquote bei zwei Drittel. Zum Vergleich: Insgesamt wohnen um die 45 Prozent der Deutschen in einer selbstgenutzten Wohnimmobilie. In Spanien beläuft sich dieser Anteil auf 83 Prozent, in Italien immerhin auf 69 Prozent. Hier liegt einer der zentralen Gründe dafür, dass die Nettovermögen in Deutschland immer noch deutlich unter jenen in anderen Ländern der Euro-Zone liegen.

Die in den letzten Jahren gestiegenen Immobilienpreise und Aktienkurse haben sich als starke Treiber des Nettovermögens der vermögenden Haushalte erwiesen. Wohnimmobilien und Kapitalmarktinstrumente erzielten dabei eine deutlich höhere reale Rendite als alle anderen Anlageformen. Die vermögenden Haushalte haben seit der Finanzkrise spürbar mehr Rendite erzielt als der Rest. Allerdings gehen mit den höheren Renditen auch größere Schwankungen der Vermögensbewertungen einher.

Interessant zu beobachten ist auch, dass Eigentümerhaushalte deutlich mehr sparen als Mieter. Einer der wesentlichen Gründe: Für Immobilieneigner ist der Anreiz zum Sparen deutlich höher. Denn sie sind in die Pflicht genommen, ihre Darlehen plangemäß zu tilgen – und wollen dies in aller Regel auch pflichtgetreu tun. Umgekehrt gibt es in Deutschland einen breiten und differenzierten Markt für Mietwohnungen. Nicht zuletzt jüngere Mieter setzen

darauf, ohne eigene vier Wände mobiler zu sein und eine frühe Konzentration auf eine einzige Vermögensart zu vermeiden.

Wohnungsbaukredite sind risikoreicher geworden

Für deutsche Banken und Sparkassen ist die Finanzierung von Wohnimmobilien ein Eckpfeiler der Ertragskraft im Privatkundengeschäft. Schon seit einer Reihe von Jahren sind Wohnimmobilien stark nachgefragt. Dies hat zu einer hohen und wachsenden Überbewertung der Objekte geführt, sagen Experten. Kein Wunder, dass die Finanzierungen für Wohnimmobilien kräftig zugenommen haben – ihr Anteil an der Gesamtheit der Kredite in den Bankbilanzen ist zuletzt auf mehr als ein Drittel gestiegen. Der Boom bei den Hauskrediten wird getrieben durch

- die lebhaftere Bautätigkeit privater Haushalte in der Niedrigzinsphase,
- die stabile Lage am Arbeitsmarkt,
- die Erwartung eines langfristig steigenden Objektwertes,
- den Wunsch der Hauslehaber, sich vor eventuellen inflationären Tendenzen zu schützen.

Das Geschäft mit Wohnungsbaukrediten ist „schlicht risikoreicher geworden“, so ein Bundesbank-Vorstand. Die Baufinanzierungskunden bringen immer weniger Eigenkapital mit, sodass ein wachsender Anteil der Finanzierung über die Banken laufen muss. Damit steigen die Risiken der Kreditwirtschaft in einem Geschäftsfeld, das sich in den zwei Dekaden vor dem jüngsten Boom als risikoarm erwiesen hat. Sollte die Zinswende tatsächlich nachhaltig sein, könnten die Banken noch für ein paar Jahre nur sehr geringe Zinsen für ihre Wohnbaukredite vereinnahmen, müssten für frische Liquidität aber schon deutlich höhere Zinsen bezahlen.

Seit Beginn der Boomjahre an den Immobilienmärkten wird immer wieder über eventuelle Überhitzungen oder Blasen diskutiert. Zwischenzeitlich aufgetretene Stressfaktoren, etwa durch die zwangsläufige „physische Distanz“ in der ersten Corona-Phase wurden gemeistert, ohne große Wellen zu

schlagen. Im Fokus der Aufmerksamkeit stehen schon seit einigen Jahren vor allem attraktive Ballungszentren, in denen es laut Bundesbank zu nennenswerten Überbewertungen der Immobilienpreise gekommen ist. Hier kann seit längerem beobachtet werden, dass Interessenten sich immer schwerer tun, passende Objekte zu finden. Inzwischen haben die Zinsen für eine Fremdfinanzierung von Wohnimmobilien den zyklischen Tiefpunkt hinter sich und sind deutlich gestiegen. Es wird sich zeigen, welcher Häuslebauer seine Kreditzinsen plus Tilgung nicht oder nur mehr schwerlich tragen kann.

Marktextperten haben längst begonnen, auch das Anlage- und Finanzierungsgeschäft mit Wohnimmobilien abseits der Metropolregionen in den Blick zu nehmen. Hier ist da und dort der demographische Wandel schon deutlich spürbar. Auch sind Wohnobjekte bei weitem nicht so gesucht wie in den attraktiven Stadtlagen. Vieles spricht dafür, dass sich die Märkte – regional oder lokal – stärker als bisher auseinander entwickeln werden. Private Haushalte sind dann gut beraten, beim Immobilienerwerb noch genauer hinzuschauen – nicht zuletzt, wenn das Haus oder die Wohnung als Vorsorge fürs Alter gedacht ist.

Neu auf Stärken und Kompetenzen besinnen

Von einzelnen Instituten war schon in den letzten Jahren zu hören, dass sie begonnen haben, etwas vorsichtiger zu agieren. Die aktuelle Situation ist nicht leicht zu bewerten. Hinter uns liegt eine lange Sonnenscheinphase an den Immobilienmärkten. Auch in den achtziger und neunziger Jahren gab es Phasen, in denen bei Hauskrediten unerwartet Risiken schlagend geworden sind. Das muss nicht kurzfristig passieren, aber wir sollten weiter wachsam sein. In einem schwierigeren Umfeld wird es nicht zuletzt darauf ankommen, sich neu auf seine Stärken und über lange Zeiträume erworbenen Kompetenzen am Markt zu besinnen und diese zum Nutzen des Kunden immer besser einzusetzen. Aktive Kundenbetreuer stellen hier von sich aus den Kontakt zu den Fachleuten aus dem Immobilien- oder Baufinanzierungsteam her. Indem die in einem Haus über viele Jahre aufgebauten Kompetenzen stets weiter-

entwickelt werden, entsteht Mehrwert für Kunde wie Bank.

Die weniger vermögende Hälfte der privaten Haushalte (Median) in Deutschland weist folgende Charakteristika auf: 40 Prozent haben maximal bis zu rund 9 500 Euro gespart und weitere 10 Prozent bis zu 16 900 Euro. Diese Kunden fragen bei Banken typischerweise eher standardisierte Lösungen nach. Diese Kundengruppe besitzt lediglich 3 Prozent des Nettovermögens. Sie hat in den letzten Jahren einen Vermögenszuwachs geschafft und entsprechend risikoarme Anlagen aufgebaut. Dazu beigetragen haben ein wachsendes Einkommen, aber auch geringere Zinszahlungen für Konsumentenkredite.

Weniger vermögende Kunden präferieren nahezu ausschließlich Anlageformen mit niedrigem Risiko. Bei der überwiegenden Mehrheit dieser Haushalte ist das Interesse groß, das Ersparte zusammenzuhalten und keine Verluste zu riskieren. Bankeinlagen nutzen sie als Notreserve für unvorhergesehene Ausgaben – wenn etwa überraschend die Waschmaschine oder das Auto ersetzt werden muss. Viele Kunden halten auch für eventuell auftretende Schwankungen des Einkommens über den Lebenszyklus hinweg einen Puffer vor. Das hilft ihnen, sich im Falle des Falles nicht ganz so stark einschränken zu müssen. Durch Ansparen in der ersten Lebenshälfte und „Entsparen“ im Alter zielen viele Haushalte eine „Glättung“ im Zeitablauf an. Dabei sparen junge Menschen zunächst oft noch etwas weniger – mit steigendem Alter und Einkommen aber dann immer mehr. Das primäre Sparmotiv ist hier die Altersvorsorge, etwa durch Erwerb einer Eigentumswohnung beziehungsweise Renovierung einer geerbten Immobilie.

Bankeinlagen und Versicherungsansprüche machen bei weniger vermögenden Haushalten zusammengenommen mehr als zwei Drittel der Anlagen aus – und beide weisen einen risikoarmen Charakter auf. Auch nach einer langen Niedrigzinsphase erfreuen sich diese beiden Anlageformen noch großer Beliebtheit bei deutschen Sparern – ungeachtet dessen, dass die (reale) Rendite nach Inflation niedrig beziehungsweise negativ ist. So gut wie alle privaten Haushalte verfügen über ein Girokonto, drei von vier haben ein Spar-

konto bei einer Bank oder Bausparkasse und annähernd jeder zweite hat eine private Rentenversicherung oder kapitalbildende Lebensversicherung. Für die meisten Haushalte sind Garantien, zum Beispiel im Rahmen der gesetzlichen Einlagensicherung oder durch eine Absicherung über die Assekuranz, von ganz besonderer Wichtigkeit.

Wie bedeutsam den Kunden die Sicherheit ihrer Bankeinlagen ist, wurde in der Finanzkrise deutlich. In einer kritischen Situation riefen Bundeskanzlerin Angela Merkel und Finanzminister Steinbrück den Deutschen und der Welt im Oktober 2008 zu: „Wir sagen den Sparerinnen und Sparern, dass ihre Einlagen sicher sind. Dafür steht die Bundesregierung ein.“ Und: „Ich möchte gerne unterstreichen, dass die Sparer in Deutschland nicht befürchten müssen, einen Euro ihrer Einlagen zu verlieren.“

Hier wurde das krisenbedingt riesige Sicherheitsbedürfnis der Deutschen mit einer klaren Garantie bedient. Auch durch stark relativierende Kommentare, dass es sich hier um ein kaum einlösbares Versprechen der politischen Führung handeln könnte, ließen sich die Kunden nicht mehr beirren. Vorausgegangen war eine ganze Reihe kritischer Tage, an denen Bankkunden an den Geldautomaten und am Banktresen täglich immer mehr Bargeld abhoben. Diese bedrohliche Entwicklung hörte nach der Garantieerklärung durch die politische Führung sofort auf.

Riester-Rente: Beitragsgarantie als Hemmschuh

Das Beispiel der Riester-Rente macht deutlich, dass eine Beitragsgarantie auch ein Hemmschuh sein kann. Zum Hintergrund: Seit der Jahrtausendwende soll die (durch staatliche Grundsicherung nicht gedeckte) „Versorgungslücke“ im Alter durch eine staatlich geförderte private Vorsorge ausgeglichen werden – zum Beispiel die Riester-Rente oder Rürup-Rente. Die Deutschen sind inzwischen über 16 Millionen Riester-Verträge eingegangen. Gut ein Fünftel der Riester-Police haben sie mittlerweile aber ruhend gestellt, so die Antwort der Bundesregierung auf eine entsprechende parlamentarische Anfrage. In vielen Fällen haben die Kunden keinen neuen Vertrag abgeschlossen, können also nicht auf eine aufgebesserte Rente hoffen.

Die Riester-Rente ist damit in Deutschland eine der umstrittensten Finanzinnovationen der letzten Jahrzehnte. Seit langem wird sie von den Medien sehr zurückhaltend beurteilt. Eine ganze Reihe von Anbietern hat sich inzwischen aus dem Produkt zurückgezogen. Die Mehrheit der Riester-Sparer ist indes nach einer aktuellen Yougov-Umfrage mit ihrem Vertrag zufrieden.

Die Unzufriedenen kritisieren an der Riester-Rente zwei Punkte: Dass sie überaus komplex ist und Kunden wie Beratern einen hohen Aufwand für Beratung und Betreuung abverlangt. Auch die niedrigen Zinsen sind ein Problem: Sie verhindern, dass Sparer ihren Riester-Fondssparplan mit so vielen Aktien wie möglich auffüllen. Denn bei jedem Riester-Vertrag muss jederzeit sichergestellt sein, dass eventuelle Risiken aus Aktienanlagen durch aufgelaufene Kursgewinne oder verlässliche Zinseinnahmen abgedeckt sind. Jüngst wird in Experten-Diskussionen gefordert, das Riester-Format flexibler zu machen. So sollte es Kunden möglich sein, mehr Ri-

siko einzugehen. Denkbar wäre, eine Beitragsgarantie über 80 beziehungsweise 60 Prozent wählbar zu machen, statt wie bisher 100 Prozent akzeptieren zu müssen. Eine weiterentwickelte Riester-Rente sollte digital wie auch über eine persönliche Beratung angeboten werden.

Streit um das Provisionsverbot

Für das standardisierte Privatkundengeschäft ist im Spätherbst des letzten Jahres die vielleicht wichtigste (regulative) Entscheidung der letzten beiden Dekaden gefallen: Die Politik hatte ein in Diskussion befindliches generelles Provisionsverbot wieder vom Tisch genommen. Was schließlich den Ausschlag gegeben hatte, auf ein „absolutes Zuwendungsverbot“ zu verzichten, wird vermutlich nie ganz transparent werden. Fest steht: Banken und Sparkassen hätten viel Geld in die Hand nehmen müssen, um ihr Geschäftsmodell neu auszurichten – ohne dass eindeutig gewesen wäre, ob die Kunden

es auch akzeptiert hätten. Besonders negativ ausgewirkt hätte sich ein Provisionsverbot auf die Hälfte der Kunden mit geringerem Vermögen. Eine Honorarberatung ergibt nach bisherigen Erfahrungen erst Sinn ab einer bestimmten Anlagesumme – häufig werden 25 000 Euro genannt. Mehr als die Hälfte der privaten Haushalte hat aber nur Wertpapiere im Gegenwert von bis zu 13 000 Euro im Depot liegen. Diverse Kundenbefragungen zeigen, dass ein nennenswerter Teil dieser Kunden Anlageberatung teilweise oder sogar überhaupt nicht mehr in Anspruch genommen hätte.

Bei einem „Ja“ für ein Provisionsverbot wären zwei wichtige strategische Ziele wohl kaum mehr zu erreichen gewesen: Die Beratung vieler Millionen Deutscher mit kleineren Sparbeiträgen in Sachen private Altersvorsorge und die Kanalisierung von Geld- und Versicherungsanlagen einer Vielzahl von weniger vermögenden Kunden in ESG-Investments, etwa um den Klimawandel voranzubringen. ■