

Lothar Lochmaier

Die Bank sind wir

**Chancen und Perspektiven von
Social Banking**

Lothar Lochmaier
lochmaier@gmx.de

Reihenherausgeber: Florian Rötzer, München, fr@heise.de

Lektorat: Susanne Rudi, Heidelberg
Herstellung: Birgit Bäuerlein
Umschlaggestaltung: Hannes Fuß, www.exclam.de
Druck und Bindung: Koninklijke Wöhrmann B.V., Zutphen, Niederlande

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-936931-64-8

1. Auflage 2010
Copyright © 2010 Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co KG, Hannover

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.
Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche
Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für
die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt kontrolliert.

Weder Herausgeber, Autor noch Verlag können jedoch für Schäden haftbar gemacht
werden, die in Zusammenhang mit der Verwendung dieses Buches stehen.

Inhaltsverzeichnis

1	Wozu Banken da sind – und was sie nicht gerne tun	1
	Kunden sprengen Bank	4
	Private Kreditauktionen machen Schule	6
	Die älteste Bank Europas ist eine »Sozialbank«	8
2	Was ist Social Banking?	8
	Moderne Geburtsstunde: »Community Reinvestment Act«	10
	Deutsches Modell: Genossenschaften statt Pensionsfonds	11
	Das neue Berufsbild »Social Banker«	12
	Das Internet redefiniert »soziale« Geldanlage	14
	Die Geburtsstunde von »Online-Banking«	15
	Das BTX-Terminal scheitert	17
	Direktbanken ignorieren soziale Netzwerke	19
	Virtuelle Finanzgemeinschaften verändern Anlageverhalten	21
	Wie Bankenwelt und soziale Mediennutzung verschmelzen	22

3 Online-Kreditauktionen: Kunden gestalten Darlehensvergabe	26
Internet-Kreditportale im Überblick	28
Die erste Gruppe	29
Kommerzielle Online-Kreditauktionen	29
Smava und Auxmoney in Deutschland	29
Wie riskant ist das Engagement?	33
Qualitative Unterscheidungsmerkmale	34
Wie risikoreich agieren die Betreiber?	36
Unregulierter Graumarkt bereitet Schwierigkeiten	39
»Bürgschaftsfunktion« für Kreditvergabe	42
USA: Hohe Ausfallraten bei Prosper.com	44
Neue Marktsegmente hart umkämpft	48
Bankless-life in Österreich gescheitert	50
Anlegerforen fordern transparentes Geschäftsgebaren	53
Peer-to-Peer-Kreditvergabe: Verlässlichen Rahmen schaffen	54
Die zweite Gruppe	56
Nach sozialen Kriterien gestaltete Mikrofinanz-Plattformen	56
Investieren statt spenden	57
Die dritte Gruppe	59
Bildungskredite etablieren sich	59
»Soziale« Kreditvergabe und Gewinnmaximierung	60
Die vierte Gruppe	62
Kreditplattformen für unternehmerische Zwecke	62
Das amerikanische Modell kommt nach Deutschland	63
Undurchschaubare Querverbindungen	64
Banken vernachlässigen Unternehmenskredite	65
Die Vielfalt unter nachhaltigen Geldinstituten wächst	67

4	Wie finanzielle Netzwerke die Geldanlage optimieren	69
	Die persönliche Finanzbuchhaltung im Netz	71
	Die erste Gruppe	73
	Einfache Werkzeuge sorgen für Überblick	73
	Die zweite Gruppe	74
	Wie erfolgreich agiert »kollektive Anlegerintelligenz« an den Kapitalmärkten?	74
	Forschung untersucht den Herdentrieb an der Börse	75
	Anleger suchen unabhängige Information	76
	Handeln wie ein Hedge-Fonds-Spezialist	79
	Die dritte Gruppe	81
	Börsengänge nach dem Web-2.0-Auktionsprinzip	81
	Geldanlage versteigern wie bei eBay	82
	US-Anbieter treiben Personal Finance Management (PFM)	84
5	Die Nutzer der einzelnen Plattformen	87
	Ayondo	87
	Betterplace	90
	Fidor Bank AG	91
	Lending Club	92
	Mint.com	93
	Noa Bank	93
	Smava: Die Anleger und deren Motive	95
	Smava: Wer sind die Kreditnehmer bzw. Schuldner?	96
	Zopa: Autonome Anleger kreieren »Massennischenmarkt«	97
	Welcher Anlegertyp welche Plattform bevorzugt	100
	Fluchtpunkt Geld	104
	Klassische Bindungsmuster lösen sich auf	106

6 Finanzdemokratie 2.0 zwischen Mythos und Realität	109
Medienhype um »Google-Bank« und »Facebook-Filiale«	111
Zukunftsperspektiven virtueller Geld- und Kreditgemeinschaften	114
Communities »hacken« Banken kreativ	117
Cybercash löst keine sozialen Herausforderungen	119
Neue Spielformen von direkter Mitbestimmung	121
Vertrauenskrise etablierter Institutionen	123
Internet als intelligentes Kulturwerkzeug	125
Neuer Fortschrittspfad jenseits von Ideologien	126
Hype-Zyklus: Das Internet weckt zu hohe Erwartungen	129
Ersetzt das Mobiltelefon die Kreditkarte?	132
Direktüberweisung in Entwicklungsländern	133
Technische Evolution und effektiveres Finanzsystem	134
Social Banking wird zur neuen Gemeinschaftswährung	135
Zukunftsvision: Common Banker als seriöse Verwalter von Gemeinschaftsgütern	138
Anhang	141
The Banking Wall	141
Glossar	142