

# 1 Wozu Banken da sind – und was sie nicht gerne tun

Selbst die sicherste Bank ist noch ein unsicheres Geschäft. Das vorliegende Buch beginnt mit einer einfachen Fragestellung: Wann haben Sie als Kunde das letzte Mal bei ihrem Geldinstitut von einer qualifizierten Beratung profitiert? Oder anders gefragt: Tragen Banken noch dazu dabei, unser Erspartes zu sichern, werthaltig zu investieren und wenigstens ein bisschen zu vermehren? Können Unternehmen aus Wirtschaft und Industrie mithilfe der Finanzindustrie damit rechnen, produktive Ideen in die Tat umsetzen?

In der Regel liegen die Interessen zwischen Kunde und Bankmitarbeiter weit auseinander. Die einen suchen im Dschungel der vielen Möglichkeiten nach einer gewinnbringenden Geldanlage bei überschaubarem Risiko, oder sie bewerben sich um einen möglichst günstigen Kredit für das Auto oder Wohneigentum. Die Bankmitarbeiter wiederum sind darauf trainiert, die von der Chefetage vorgegebenen Provisionswerte durch profitable Abschlüsse nach oben zu treiben. Dabei bleiben konservative Methoden der Risikobewältigung oftmals außer Acht, denn die Kernfunktion von Banken besteht darin, die von den Sparern auf Konten deponierten Vermögenseinheiten in größere oder kleinere Krediteinheiten zu verwandeln. Des Weiteren stellen Banken in der Form ihrer Einlagenverbindlichkeiten der Wirtschaft Zahlungsmittel gegen Zinseinnahmen zur Verfügung. Dieser Kernprozess setzt voraus, dass die Bank ein sorgfältiges Abwägen von Chancen und Risiken betreibt, statt waghalsige Husarenritte auf Kapitalmärkten durchzuführen, wie sie die Finanzkrise jüngst verdeutlicht hat.<sup>1</sup>

Das Geschäft mit dem Privatkunden stellt aus Sicht der Geldinstitute nur einen Randbereich dar. Ungleich größere Gewinne verspricht das Investmentbanking und Agieren in hochdynamischen Kapitalmärkten. Es scheint, dass sich die träge Masse der durchschnittlichen Anleger beliebig auf dem Schachbrett hin und her navigieren lässt. In den Bankfilialen hat sich eine lähmende Stimmung breit gemacht, zwischen dem eigenen Anspruch, kundenfreundlich

---

1) Dirk Baecker: Womit handeln Banken. Eine Untersuchung zur Risikoverarbeitung in der Wirtschaft, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 2008, S. 27 ff.

zu sein, und einer flächendeckend mangelhaften Beratungsqualität. Dies belegt eine aktuelle Studie der Stiftung Warentest: Ein Jahr nach dem Ausbruch der Finanzkrise sei die Beratung der Banken immer noch so schlecht wie ihr Ruf. In 147 verdeckten Beratungsgesprächen testete das Verbrauchermagazin insgesamt 21 Finanzinstitute.

Dabei hatten die Tester angegeben, 30.000 Euro über fünf Jahre sicher anlegen zu wollen, bei einer Zielrendite von vier Prozent. Das Ergebnis fiel ernüchternd aus: Keine der aufgesuchten Banken erhielt das Qualitätsurteil »Gut«. Von den 21 Großbanken, Sparkassen und Raiffeisenbanken wurden lediglich drei Institute mit der Note »befriedigend« versehen, 16 mit »ausreichend« sowie zwei mit »mangelhaft«. Die Berater in den Banken sprachen die Testkunden in den meisten Fällen nicht einmal auf elementarste Verständnisfragen an, die das Wertpapierhandelsgesetz vorschreibt. Weder ermittelten sie den finanziellen Status des Kunden vollständig, noch klärten sie über die empfohlenen Produkte und deren Risiken auf.

Außerdem versäumten es die Bankhäuser, die Testkunden darüber aufzuklären, dass zum Zeitpunkt der Beratung im Herbst 2009 für eine sichere Geldanlage die gewünschten vier Prozent Rendite pro Jahr mit konventionellen Vermögensprodukten gar nicht realisierbar waren. Die meisten Banken boten den Kunden statt einer transparenten Beratung riskantere Produkte an, wie Zertifikate, Aktienfonds oder offene Immobilienfonds. Die Stiftung Warentest wies im Gegensatz zu den Banken darauf hin, dass all diese Angebote entweder zu kompliziert oder zu riskant seien. Andere Geldinstitute wiederum kamen auf die abwegige Idee, private Rentenversicherungen oder Bausparverträge zu empfehlen, die für die vom Testkunden gewünschte Anlagedauer so gut wie keine Rendite erbracht hätten.<sup>2</sup>

Aus den Aussagen der Verbraucherschützer lässt sich somit bilanzieren: Die Interessen der Kunden und der Berater decken sich nur selten. Banken werden von vielen Menschen deshalb kaum als verlässliche Sachwalter der ihnen anvertrauten Kundengelder angesehen. Geldinstitute sind in der öffentlichen Wahrnehmung auch nicht aktive Mitgestalter der Wirtschaft, indem sie zu transparenten Konditionen Kredite vergeben und Zinsgewinne an die Sparer weiterreichen. Kurzum: Viele Banken verkaufen nur sich selbst zu guten Konditionen. Die Interessen der Akteure sind durch eine große Schiefelage gekennzeichnet. Allzu viel hat sich seit der Finanzkrise nicht geändert, die allmählich wieder aus dem Kurzzeitgedächtnis der Menschen verschwindet. Mehr als die Hälfte der deutschen Bankkunden hat zwar nach Umfragen

---

2) Stiftung Warentest: Pressemitteilung v. 15.12.2009. Quelle: <http://www.test.de/presse/pressemitteilungen/-Anlageberatung-von-Banken/1831582/1831582/>.

von Meinungsforschern das grundlegende Vertrauen in die Finanzwirtschaft eingebüßt. Jedoch bleibt dies ohne Konsequenzen, da es bislang an erprobten Alternativen mangelt, an die frustrierte Bankkunden sich wenden könnten.

Bislang ist die Welt der Bankprodukte und der Kundenberatung geschlossen und hierarchisch organisiert. Die diskrete Branche gewährt keinen Blick hinter die Kulissen. In den Denkfabriken von Banken, Versicherungen und Fondsanbietern arbeiten hoch bezahlte Experten komplexe Finanzprodukte aus, die hernach von Marketing und Vertrieb übernommen werden, um diese bis in die letzte Keimzelle in die Bankfiliale hineinzutragen oder im mobilen Vertrieb zuhause beim Kunden anzubringen. Die Ausbildung der Finanzberater reduziert sich dabei auf das allernotwendigste Wissen. Ein allzu tiefer Einblick in die Komplexität der jeweiligen Produkte ist aus Sicht der Top-Manager weder gewünscht noch rechnet sich dieser im Massengeschäft. Der Berater soll Verkäufer sein und nicht neutraler Berater. Die strukturellen und systematisch auftretenden Defizite einer nur vermeintlich »kundenfreundlichen Bank«, die in Wirklichkeit fast ausschließlich selbstbezogenen Interessen nachgeht, lassen sich wie folgt beschreiben:

»Überwiegend wird der Verbraucher aber immer noch nicht als Partner, sondern als Anlageobjekt betrachtet: Gerichtsurteile und damit Verbraucherrechte generell werden erst dann beachtet, wenn die Kosten der Gerichtsverfahren für die Banken höher sind als die Gewinne aus rechtswidrigem Verhalten. Berechnungsmethoden werden aufrechterhalten, wenn ihre Benachteiligung schwer erkennbar ist. In Hochzinsphasen werden die Verbraucher zu Umschuldungen, in Niedrigzinsphasen zu Zusatzkrediten überredet. In Notfällen des privaten Haushalts überwiegt die Mentalität, alles zu nehmen, was noch erreichbar ist, bevor es (für die Bank) zu spät ist. Durch Bürgschaften und gesamtschuldnerische Haftungsvereinbarungen werden Unbeteiligte gewissenlos in bestehende Überschuldungen einbezogen. Bankangebote sind dem Inhalt nach parteilich, aber der Form nach objektiv. Interessenkollisionen der Bank als Anleger, Verkäufer von Anlagen, als Kreditgeber und Vermittler werden nicht aufgedeckt. Bei der Kreditvergabe in der Baufinanzierung werden die Grundstücke überbewertet, beim Ankauf in der Zwangsversteigerung unterbewertet. Der Großzügigkeit bei der Geschäftsanbahnung widerspricht die Kleinkariertheit in der Abwicklung. Der Kunde ist König, solange er es noch nicht ist, dann aber ist er dem einseitigen Diktat der Bank ausgesetzt bei AGB-Änderungen, Zinsänderungen, Gebührenerhöhung etc.«<sup>3</sup>

---

3) Udo Reifner: Geld nutzen, Schriftenreihe des Instituts für Finanzdienstleistungen e.V., Nomos Verlagsgesellschaft 2007, S.126.

## Kunden sprengen Bank

Gibt es einen Ausweg aus dieser strukturellen Schieflage? Trotz gravierender Fehlentwicklungen konnte sich die Branche bisher darauf verlassen, dass ihr seltsames Geschäftsgebaren weitgehend unbemerkt von der Öffentlichkeit blieb. Seit der Finanzkrise beginnt sich dies allmählich zu ändern. Das Machtgefüge ist instabiler geworden. Viele Menschen denken plötzlich darüber nach, wie sie ihr Geld verdienen, wofür sie es einsetzen, und wem sie es nicht nur gewinnbringend, sondern auch produktiv anvertrauen. Eine Branche mit der Aura einer diskreten »Schattenwirtschaft« steht plötzlich unter ständiger Beobachtung.

Der Markt scheint ebenso unberechenbar wie das Verhalten der Kunden. Welche Folgen es hätte, wenn die Kunden einer Bank von einem Tag auf den anderen all ihre Konten auflösten, dieses Horrorszenario blieb Deutschland nach dem Ausbruch der Finanzkrise zwar erspart, als die Lehman-Pleite im September 2008 einen Erdbeben an den internationalen Finanzmärkten ausgelöst hatte. Wie schnell sich das Rad der Geschichte drehen kann, demonstrierte im vergangenen Herbst das Fallbeispiel der DSB Bank in den Niederlanden. Bereits in den vorangegangenen Jahren war das private Geldinstitut unter Führung des schillernden Fußball-Mäzens Dirk Scheringa durch eine nachlässige Kreditvergabe aufgefallen.

Im Oktober 2009 geriet das Institut endgültig in eine irreparable Not-situation. Es musste binnen kürzester Zeit Konkurs anmelden, weil aufge-brachte Kunden in wenigen Stunden mehr als 600 Millionen Euro von den Konten abgehoben hatten.<sup>4</sup> Den Kundenansturm ausgelöst hatte eine Ver-einigung geschädigter Anleger, die dazu aufrief, das Geld von den Konten abzuziehen. Dies war ein klarer Beweis, dass die Anleger ihrer Hausbank nicht nur kein Vertrauen mehr entgegenbrachten. Die frustrierten Anleger waren bereit, sofort zu handeln. Ob es zu einer Entschädigung kommen wird, bleibt unklar. Seit der Verstaatlichung und Schließung durch die niederlän-dische Zentralbank führt nunmehr die Notenbank bei der DSB Bank die Regie und garantiert rechtlich für die Einlagensicherung.

Ob die Forderungen der Anleger das bedruckte Papier wert sind, ist noch offen. Unzählige Klagen von geschädigten Anlegern sind anhängig, von der auch deutsche Anleger in der Düsseldorfer Niederlassung der DSB Bank betroffen sind. Parallel dazu soll das marode Hypotheken- und Kreditportfo-lio von der staatlichen Finanzaufsicht veräußert werden, bei dem Kunden zu

---

4) ARD-Tagesschau v. 12.10.2009.  
Quelle: <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/dsbbank100.html>.

teuren Konditionen Versicherungen und Darlehen aufgebürdet worden waren. Es handelt sich bei der DSB Bank als einer niederländischen Aktiengesellschaft um Einlagen in Höhe von 3,25 Milliarden Euro, die nun bis zur endgültigen Klärung der Schadenersatzansprüche eingefroren worden sind.

Wo sind die Alternativen? Wer sein Geld abhebt, hat die Qual der Wahl, es woanders zu deponieren. Die Erwartungen an ein besser funktionierendes Finanzsystem sind angesichts gravierender Fehlentwicklungen fast unermesslich hoch. Die Hoffnungen richten sich nicht nur auf besser regulierte und kontrollierte Finanzmärkte, sondern auch auf eine neue Generation von Finanz- und Internetdienstleistern, bei denen der Kunde deutlich mehr Einfluss auf die Gestaltung der Produkte nimmt. Im Fachjargon lässt sich dieser Trend als Social Banking bezeichnen. Der Begriff kombiniert den Einsatz webbasierter Medien in der Kundenkommunikation, in Expertenkreisen als Social Media bzw. Web-2.0-Technologien bezeichnet, mit neuartigen internetbasierten Bankdienstleistungen.

Dieses neu entstandene Marktsegment weist indes kaum noch eine Gemeinsamkeit mit einer staatlich gesteuerten Daseinsvorsorge der ersten Generation von Social Banking auf, die sich überwiegend auf die öffentliche Förderung von sozialen und ökologischen Projekten erstreckte. Im Kern bedeutet die internetbasierte Form von Social Banking nichts anderes, als dass Menschen sich gegenseitig übers Netz Geld verleihen oder dass sie sich gemeinsam über die beste Form der Geldanlage austauschen, bis hin zur Entwicklung von neuen Finanzprodukten durch lose Interessenverbände, die sich über hoch spezialisierte soziale Netzwerke organisiert haben.

Die Banken selbst verbinden mit dem Internet bislang jenseits von Online-Banking kaum mehr als einen zusätzlichen Werbe- und Vertriebskanal, um die Kunden etwa über soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder Youtube über ihre neuesten Produkte auf dem Laufenden zu halten. Den Kunden deutlich mehr Mitbestimmung einzuräumen, etwa indem die Bank die Konsumenten über die Entstehung der eigenen Produkte und die Verwendung der Kundeneinlagen umfassend aufklärt, diesen Schritt scheuen die Finanzinstitute wie der Teufel das Weihwasser.

## Private Kreditauktionen machen Schule

Doch es existiert ein bislang vernachlässigtes Kundensegment, das Banken nicht erreichen. Pragmatisches Handeln und eine gleichzeitig spielerische Experimentierlust kennzeichnen die Menschen, die sich im Netz ebenso selbstverständlich bewegen wie manche Reiche an ihrem Zweit- und Dritt-wohnsitz. Ideologisch gesehen gibt es keine klaren Wurzeln und Ursprünge für das Social Banking der zweiten internetbasierten Generation. Noch jonglieren Online-Kreditauktionen erst zwei- bis dreistellige Millionenbeträge pro Jahr (siehe drittes Kapitel), in denen Menschen unterschiedlicher Schichten und Herkunft sich gegenseitig Geld leihen, wie Prosper in den USA, Zopa in Großbritannien oder das deutsche Pendant Smava. Doch die Akzeptanz wächst sprunghaft seit dem Ausbruch der Finanzkrise.

Die Umsätze von Smava haben sich allein im vergangenen Jahr auf 15 Millionen Euro verdreifacht. Bei Zopa wuchs das Kreditvolumen auf 32 Millionen Pfund gegenüber 30 Millionen in den vorangegangenen 44 Monaten. Ähnlich sprunghaft wuchs Lending Club in den USA. Die Plattform vermittelte von 2007 bis 2009 Darlehen im Wert von rund 79 Millionen US-Dollar. Damit hat das über soziale Internet-Kreditbörsen vermittelte Geldvolumen weltweit die Grenze von einer Milliarde Euro überschritten. Immer mehr Menschen überwinden ihre Berührungängste, sich gegenseitig Geld zu verleihen, ohne dass sie eine Bank oder ein Kreditinstitut direkt einschalten müssen.

Die Konditionen für den Darlehensnehmer, der das Kapital über eine soziale Kreditauktion aufnimmt, sind zwar oftmals nur geringfügig besser als bei einem marktgängigen Online-Kreditvermittler. Aber der Reiz ist vorhanden, etwas Neues auszuprobieren, und die Attraktivität von sozialen Kreditbörsen greift auch auf andere Formen der Vermögensanlage über. So tauschen sich neugierige Anleger über finanzielle Interessenpools darüber aus, wie sie ihr erspartes Geldvermögen optimal einsetzen und vermehren. Die dafür benötigten spezialisierten Plattformen im Internet leben davon, diesen Prozess gegen entsprechende Gebühren zu moderieren.

Die Banken selbst hingegen rücken bei dieser Variante – sofern überhaupt noch präsent – deutlich in den Hintergrund. Die bislang ganz vorne im Schaufenster der Geldwirtschaft sichtbaren Finanzinstitute sind plötzlich durch die neuen Internet-Kreditbörsen auf eine Statistenrolle reduziert, als im Hintergrund operierender Sachwalter und Garant in der Einlagensicherung. Das »Kerngeschäft«, die heißen Gelddrähte zu verbinden, steuern plötzlich andere. An die erste Stelle in der unmittelbaren Gestaltung und Pflege der Kommunikation zum Kunden rücken professionelle IT-Dienstleister.

Diese neue Generation von Bankdienstleistung knüpft an den Gestaltungsprinzipien von dezentral gesteuerten Netzgemeinschaften an, die auf eine aktive Einbindung der Kunden in das Bank- und Kreditgeschäft mithilfe von Web-2.0-Technologien setzt. Vor allem dreht es sich beim internetbasierten Social Banking mithilfe von sozialen Netzwerken darum, mit anderen Menschen in Kontakt zu kommen und Geschäfte untereinander zu machen, statt es mit einer »Black Box« zu tun zu haben, also einer Bank, der keiner wirklich hinter die Kulissen schauen kann.

Andererseits gilt es kritisch zu bilanzieren, dass die Erfahrungen, die Anleger mit den sozialen Internet-Kreditbörsen und finanziellen Netzwerken gemacht haben, nicht immer positiv verlaufen sind. Die Spreu trennt sich vom Weizen. Unseriöse Anbieter sind rechtzeitig auszusortieren, noch bevor deren leere Heilsversprechen, eine nur vordergründig seriöse Alternative zur gängigen Bankenwirtschaft darzustellen, die Anleger erneut in die Irre führen. Die Ansprüche der Menschen an die neuen sozialen Kreditbörsen und virtuellen Finanzgemeinschaften im Internet sind deshalb hoch. An sie richtet sich nichts weniger als die Erwartungshaltung, einen über kurzfristige Sicht hinaus gültigen gesellschaftlichen Gegenentwurf zur undurchschaubaren Bankenhierarchie abzuliefern.

Die ersten Horizonte einer »Finanzdemokratie 2.0« zeichnen sich ab. Die Lernkurve ist für die Beteiligten mit zahlreichen Unwägbarkeiten gepflastert, weshalb eine zentrale Fragestellung offenbleibt: Wie wird Social Banking die Finanzwelt unter dem Einfluss von neuen Kommunikationsritualen über das Internet und die darin eingebundenen sozialen Netzwerke künftig beeinflussen, ja sogar neu prägen? Lassen sich hierarchische Strukturen in der Bankenwirtschaft und Finanzindustrie tatsächlich durch aktive Mitbestimmung und Selbstregulierung demokratisieren?