

Sonderbeilage: Volks- und Raiffeisenbanken

Gemeinsam und mutig den Weg gehen

Der Ratenkredit ist ein spannendes, aber umkämpftes Wachstumsfeld – Digitaler Vertragsabschluss in der Filiale bringt Digitalisierung und Umweltschutz in Einklang

Börsen-Zeitung, 9.6.2021

Inmitten eines für die Finanzbranche erneut herausfordernden Jahres sind konjunkturell schon wieder deutliche Lichtblicke sichtbar. So bleibt auch aufgrund umfangreicher staatlicher Stützungsmaßnahmen und der wieder spürbar anziehenden Nachfrage aus dem Ausland die vielfach prognostizierte Pleitewelle bei Unternehmen, Selbständigen und Verbrauchern hierzulande weitgehend aus. Rechnungen und Kredite werden in Deutschland weiterhin pünktlich bedient. Auch der Arbeitsmarkt sendet wieder Signale der Entspannung.

Trotz der anhaltenden Herausforderungen bei der Überwindung des Coronavirus und der wirtschaftlichen Konsequenzen wird die Ausgabefreude der Bevölkerung dadurch langfristig nicht gebremst. Denn es gibt einen großen „Wunschstau“ im Konsum. So lassen die Konjunkturprognosen der Forschungsinstitute einhellig ein deutliches Konsumwachstum nach dem Ende der Coronabeschränkungen erwarten.

Heute gilt daher mehr denn je: Der Ratenkreditmarkt bietet erstaunliche Wachstumschancen für die Genossenschaftsbanken. Denn ungeachtet von Corona wuchs der Ratenkreditbestand in Deutschland im vergangenen Jahr um rund 1 % gegenüber 2019 und erreichte zum 31. Dezember 2020 ein Volumen von über 177 Mrd. Euro. Auch bei der Ertragsplanung von Banken gewinnt die Konsumfinanzierung angesichts der anhaltenden Niedrigzinsphase und des damit verbundenen Bedeutungsrückgangs des Einlagengeschäfts zunehmend an Bedeutung. So stellte im Jahr 2019 nach Informationen der auf Finanzdienstleistungen spezialisierten Unternehmensberatung ZEB das Ratenkreditgeschäft mit einem Anteil von 22 % am gesamten Ertragspool (nach dem Vertrieb von Versicherungsprodukten) sogar das zweitwichtigste Produktfeld im Privatkundenmarkt in Deutschland dar. Bis zum Jahr 2023 wird sogar ein Anstieg des Anteils von Verbraucherdarlehen am gesamten Ertragspool des Retail Banking auf 24 % prognostiziert.

Intensiver Wettbewerb

Aufgrund der großen Attraktivität dieses Marktes ist es wenig überraschend, dass dort intensiver Wettbewerb herrscht. Denn neben den klassischen Kreditinstituten haben in den vergangenen Jahren zahlreiche neue Player den Markt für Ratenkredite für sich entdeckt. Zum einen intensivieren die bekannten Preisvergleichsportale ihre Aktivitäten im Bereich Retail Banking. Diese treten teilweise sogar mit ihren eigenen Banken in den Markt ein und stehen so im direkten Wettbewerb mit den bestehenden Geldhäusern. Zum anderen erweitern Online-Zahlungsdienstleister ihr originäres Geschäft und bieten nicht mehr nur Payment an, sondern vergeben zunehmend auch Kredite.

In Ergänzung dazu setzen die großen E-Commerce-Handelsplattformen innerhalb ihrer ausdifferenzierten Ökosysteme ebenfalls verstärkt auf Finanzierungsoptionen. Aufgrund der erwähnten überdurchschnittlichen Ertragschancen und der starken Wettbewerbsdynamik im Ratenkreditgeschäft ist es daher unabdingbar, dass der genossenschaftliche Sektor dieses lukrative Geschäftsfeld gemeinsam verteidigt und substanziell weiter ausbaut.

Um auch nach Überwindung der Coronakrise das beste und flexibelste Angebot zur Finanzierung ungeplanter Ausgaben für die Kundinnen und Kunden anzubieten, rückt die Bonität zunehmend in den Fokus. Dabei geht es nicht primär um die Unterstützung bei einem konkreten Kreditanlass, sondern vor allem um die langfristige Begleitung beim persönlichen Liquiditätsmanagement. So bietet die TeamBank seit dem vergangenen Jahr die Möglichkeit an, die Finanzreserve – einen Rahmenkredit – losgelöst von einem easy-Credit oder einer Kreditkarte abzuschließen. Der zusätzliche Finanzpuffer ist umgehend nutzbar, auch für spontane Anschaffungen. Die Finanzreserve kann jederzeit per Sepa-Echtzeitüberweisung in Sekundenschnelle telefonisch, im Kundenportal, per App oder auch persönlich beim Berater vor Ort durch die Kunden selbständig abgerufen werden

(sofern das entsprechende Girokonto Instant Payments unterstützt).

Solche digital-personlichen und voll digitalen Lösungen gewinnen als Ergänzung zum weiterhin bedeutenden Filialgeschäft auch in der Post-Corona-Zeit weiter an Bedeutung. So nutzt mittlerweile fast jede zweite Kundin beziehungsweise jeder zweite Kunde regelmäßig die digitalen Serviceangebote der TeamBank, wie beispielsweise bei der Änderung der Adressdaten im Kundenportal oder in der App. Diese Entwicklung zeigt, dass die digitalen Lösungen bei der Zielgruppe ankommen und auch immer mehr genutzt werden.

Ein Beispiel dafür, wie digitale Innovationen und Umweltschutz konkret miteinander kombiniert werden können, ist die im Spätsommer 2020 eingeführte Lösung zum digitalen Vertragsabschluss in den Filialen der Partnerbanken der TeamBank in Deutschland und Österreich. Damit entfällt die Notwendigkeit des Drucks des Kreditvertrags in den Geschäftsräumen der Banken, da mit der digitalen Signatur komplett auf die physische Unterschrift verzichtet werden kann. Auf diesem Wege kann der Kredit ganz ohne Papierkram direkt vor Ort bestellt werden. Mit dieser kundenorientierten Anwendung sparen die Partnerbanken der TeamBank nicht nur bis zu 27 Millionen Seiten Papier pro Jahr, sondern sie gewinnen ebenso wertvolle Zeit, die sie stattdessen in ihre Kundinnen und Kunden investieren können.

Bei der Nutzung des Verfahrens lösen die Kunden ganz einfach per SMS die Signatur selbst aus. Der digitale Vertragsabschluss schafft auf diese Weise ein deutlich optimiertes Kundenerlebnis, da alle Unterlagen digital zugestellt werden. Die TeamBank war einer der ersten Ratenkreditanbieter in Deutschland, der einen vollständig digitalen Kreditabschluss in der Filiale implementiert hat. Zudem darf die Bank seit September 2020 das Label der Europäischen Union – „Eco-Management and Audit Scheme“ (EMAS) – in Bezug auf das Umweltmanagement tragen und sich als Mitglied des Umweltpakts Bayern bezeichnen.

Beim Blick in die Zukunft orientiert sich die TeamBank an ihrem be-

kannten Leitbild „vom Kunden her denken“. Wie bereits erwähnt, wird der dauerhaften Liquiditätsbegleitung der Kunden künftig eine noch größere Bedeutung zukommen. Im Rahmen des Paradigmenwechsels – weg vom anlassbezogenen Kreditverkauf, hin zur dauerhaften Liquiditätsbegleitung – spielt das innova-

tive Ökosystem für Liquiditätsmanagement der Bank eine tragende Rolle. Dieses bietet die größtmögliche Convenience über alle Vertriebskanäle hinweg. Der weitere Ausbau der digital-persönlichen und digitalen Kanäle geht dabei mit einer zunehmend daten- und technologiegetriebenen Ausrichtung des Ge-

schäftsmodells der TeamBank einher. Diese Maßnahmen bilden das Fundament, um auch in der Zukunft für unsere Partner, Kundinnen und Kunden die erste Wahl im Liquiditätsmanagement zu sein.

.....
Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG