

IM GESPRÄCH: ALEXANDER BOLDYREFF, TEAMBANK

Zum Ratenkredit in 1,6 Sekunden

Über Instant Payment, den Umgang mit Daten, noch ungenutzte Potenziale der Genossen und Mogelpackungen von Wettbewerbern

Mit einem 2018 erneut deutlich über der Marktentwicklung liegenden Wachstum und einer nochmals erhöhten Wertschöpfung für den Verbund kann sich Alexander Boldyreff Ende März von der TeamBank verabschieden. Auch die Bilanz seiner insgesamt gut acht Jahre als Vorstandsvorsitzender des genossenschaftlichen Ratenkredithauses fällt positiv aus.

Von Bernd Wittkowski, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 26.2.2019

Die TeamBank hat einen guten Lauf. Das zeigt neben den Zahlen für das zurückliegende Geschäftsjahr vor allem auch der langfristige Vergleich mit 2010, dem Jahr vor dem Antritt von Alexander Boldyreff als Vorstandsvorsitzender der DZ Bank-Tochter. So betrug die Wertschöpfung im Verbund (an Partnerbanken gezahlte Provisionen plus Betriebsergebnis) damals 234 Mill. Euro. 2018 konnte der Nutzen gegenüber dem Vorjahr nochmals leicht auf 405 Mill. Euro gesteigert werden. Die Quote der mit dem besser durch sein Kernprodukt „Easycredit“ bekannten Institut zusammenarbeitenden deutschen Genossenschaftsbanken stieg seither von 77 auf jetzt 89%. In Österreich sind sämtliche Volksbanken Partner. Im Konzerngefüge der DZ Bank sei die TeamBank ein relevanter Player, nicht zuletzt mit Blick auf die hohe Kundenzufriedenheit, so Boldyreff im Gespräch mit der Börsen-Zeitung. „Der Kauf der Norisbank (aus der später die TeamBank hervorging) durch die DZ Bank im Jahr 2003 war aus damaliger und umso mehr aus heutiger Sicht eine brillante Entscheidung“, resümiert er und zeigt sich stolz auf das Team der TeamBank: „Unsere Mannschaft ist nicht nur begeisterungsfähig, sondern auch lieferfähig.“

Vor der Kurve

Wo sieht der scheidende Bankchef die Nürnberger im Wettbewerb? „Wir sind vernünftig vor der Kurve, müssen aber wachsam bleiben und werden sicher nicht den Fehler machen, die Wettbewerber zu unter-

schätzen.“ Nicht, dass Boldyreff rote, blaue oder gelbe Konkurrenten nicht ernst nähme. Aber sorgenvoll wirkt sein Blick schon eher, wenn das Gespräch auf marktmächtige Anbieter wie die auch hierzulande längst sehr aktive chinesische Tencent mit ihrem Dienst Wechat oder auf Allianzen wie jene von Google und Paypal kommt. Dieses Duo sei auf Basis ermittelter Scores in der Lage, Privat- wie Firmenkunden Kreditlinien zur Verfügung zu stellen, noch bevor der Kunde danach fragt („pre-approved credit“). Bequemlichkeit ist in diesem Zusammenhang eines der großen Zukunftsthemen: „Convenience, nicht der Preis, ist die neue Währung.“ Und je mehr Convenience man bietet, desto schwerer sei man von Wettbewerbern zu kopieren.

Finanzreserve und Kontoblick

Bei allem Respekt vor den großen asiatischen oder amerikanischen Namen: In puncto Komfort ist die TeamBank selbst auch schon ganz gut unterwegs. Sie legt seit vielen Jahren großen Wert auf ein „überwältigendes Kundenerlebnis“, und „überwältigend“ in Sachen Liquidität aus Sicht des Kunden, der als Kreditsuchender im Verhältnis zur Bank typischerweise in der Bittstellerposition ist, bedeutet zum Beispiel, dass ihm proaktiv ein attraktiv erscheinendes Angebot gemacht wird. Hier steht die TeamBank mit ihrer 2009 eingeführten und seither mehrfach optimierten „Easycredit-Finanzreserve“ (bis zu 15 000 Euro) mit vorheriger Bonitätsprüfung bereit – eine Art Kontokorrentkredit, der bei Abschluss eines Easycredit mitbestellt oder auf der Kreditkarte einer Volks- oder Raiffeisenbank eingerichtet werden kann. Das Produkt verzeichnete 2018 ein Wachstum von 29% und hatte einen Anteil von gut 12% am gesamten Neugeschäft.

Noch umso komfortabler soll das Angebot spätestens vom dritten Quartal an in Verbindung mit dem „Kontoblick“ und Instant Payment werden. „Kontoblick“, für den Easycredit 2018 gestartet, heißt, dass die Bank auf Basis der europäischen Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 mit

Einverständnis des Kunden Einblick in dessen Girokonto erhält, bei welcher Bank auch immer es geführt wird. Eines Gehaltsnachweises oder anderer Unterlagen bedarf es für die Kreditentscheidung nicht mehr. „Reingucken, Kreditentscheidung treffen, Geld auszahlen – 1,6 Sekunden. Und bald hoffentlich noch schneller“, blickt Boldyreff in die nahe Zukunft.

Während es aus der Perspektive des Kunden darum geht, auf Wunsch vom heimischen Sofa aus finanzielle Bedürfnisse so schnell es geht und abschließend zu befriedigen, kommt es für die Bank darauf an, die Entscheidung auf Basis möglichst weniger Informationen und bei geringstmöglicher Betrugswahrscheinlichkeit zu treffen. In diesem in Sekundenschnelle ablaufenden Bearbeitungsprozess werden zunehmend Algorithmen eingesetzt. Weil das früher oder später praktisch alle Anbieter tun und der Algorithmus immer das Optimum ansteuert, wird es an dieser Stelle im Wettbewerb kaum noch eine Alleinstellung geben. Den Unterschied aus Bankensicht machen dann folglich der Risikoappetit beziehungsweise die Kapitalstärke mit Blick auf drohende Ausfälle und nicht zuletzt die Einschätzung der Cross-Selling-Chancen.

Darauf hat sich auch die TeamBank einzurichten. Wobei das erwähnte „Proaktive Anbieten“ natürlich auch heißen kann, dass die Kunden vom genossenschaftlichen Verbund nach der Amazon-Methode „Next Best Offer“ über Finanzdienstleistungen hinaus zielgerichtet mit dem richtigen Produkt zur richtigen Zeit angesprochen werden. Und es wäre merkwürdig, wenn die Kreditgenossen, zumal ja die Raiffeisenbanken über einschlägige Erfahrungen mit dem Warenhandel verfügen, nicht längst an entsprechenden Modellen arbeiten würden.

Lotse im Leben

Die Versorgung mit Finanzdienstleistungen ist schließlich nur ein Kundenbedürfnis von vielen. Es gehe darum, das Silodenken, soweit vorhanden, zu überwinden, sich breiter aufzustellen und im Wettbe-

werb mit den „Gafas“ (Google, Amazon, Facebook, Apple & Co.) die Kompetenz des gesamten genossenschaftlichen Ökosystems selbstbewusst zur Entfaltung zu bringen – von Lebensmitteln (Edeka, Rewe) über Bekleidung (Intersport) bis zu Daten (Datev). Der Banker, so ist Boldyreff zu verstehen, könnte so zu einer Art Lotse im Leben für alle genossenschaftlichen Angebote werden. Google mache zwar manches besser, habe aber, anders als die Kreditgenossen, hierzulande nicht 30 Millionen Kunden.

Zurück zum Thema Daten: „Die Verfügbarkeit von Daten und der clevere Umgang mit Daten im Einvernehmen mit dem Kunden werden immer mehr zum Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb“, sagt der Chef der Bank, die jährlich mehr als eine Million Kreditentscheidungen auf Basis von etwa 3 000 Datenfeldern trifft und heute über einen Bestand von 20 Milliarden Daten verfügt. Er rät zu einer zurückhaltenden Nutzung der Daten. „Es ist gut zu wissen, was technisch möglich ist. Als verantwortliche Bürger müssen wir daraus aber ableiten, was wir erlauben wollen und was nicht“, so Boldyreff mit Blick auf manche an

Orwell erinnernden Anwendungen in Ländern, in denen der Datenschutz eher locker gehandhabt wird. Das Thema Datenmanagement müsse positiv besetzt werden, und hier habe die genossenschaftliche Gruppe, die authentisch für Sicherheit stehe, einen Wettbewerbsvorteil.

Autonomie ist substanziiell

Wenn von Wettbewerb die Rede ist, gibt es noch eine Kategorie von Anbietern, denen Boldyreff alles andere als Respekt entgegenbringt: „Kredite mit Negativzinsen sind nach meinem Dafürhalten Mogelpackungen hart an der Grenze zur Sittenwidrigkeit. Ich freue mich für die Verbraucher, wenn sie etwas geschenkt bekommen. Aber wenn die Leistungen eines Unternehmens nicht mehr adäquat vergütet werden, ist das der Anfang vom Ende“, schreibt er Adressen ins Stammbuch, die aus seiner Sicht Kunden möglicherweise übervorteilen und letztlich – zum Schaden der ganzen Branche – Verbraucherschützer, Anwälte und Politiker auf den Plan rufen. Am Ende werde das Geschäft

noch komplexer, nicht zuletzt für den Verbraucher, der von der Bank schon heute ein 102 Seiten starkes Vertragswerk erhalte. Aber wer liest das? Vermutlich niemand – außer den Anwälten, wenn es einmal zum Streit kommt.

Was hat Boldyreff, der früher in der privaten Säule des Gewerbes gearbeitet hat, von den Kreditgenossen gelernt? „Autonomie ist substanziiell für Erfolg“, sagt er. Die Erfahrung am Bankenmarkt zeige, dass derjenige, der sich zu sehr mit Kostenmanagement und Effizienzthemen beschäftigt, im selben Moment den Markt außer Acht lasse und profitables Wachstum vernachlässige. Dagegen führe die Autonomie jeder einzelnen Primärbank und der Töchter der DZ Bank dazu, dass die Verantwortlichen jeden Tag darüber nachdächten, wie sie Mitgliedern, Kunden und bisherigen Nichtkunden Angebote machen, die diese unwiderstehlich finden. So komme die Wachstumsstory der genossenschaftlichen Finanzgruppe zustande, und deshalb lohne es sich, für den Erhalt der Autonomie zu kämpfen – in Zukunft allerdings ohne Boldyreff.

Die Boldyreff-Jahre der TeamBank

