

Kundennähe und nachhaltige Geschäftsmodelle für die Kreditwirtschaft

Social Banking in der Diskussion

ARMIN MÜLLER*

Rezension zu Lothar Lochmaier (2010): Die Bank sind wir. Chancen und Perspektiven von Social Banking, Hannover: Heise Verlag, 145 Seiten.

Mit dem Begriff Social Banking verbinden sich zwei sehr unterschiedliche Themen der Kreditwirtschaft, die aber eine Schnittmenge haben und diese Schnittmenge wird immer größer. Zum einen meint Social Banking in Anlehnung an den englischen Wort-sinn das Verhältnis der Banken zu ihren Kunden und die aktive Pflege dieser Beziehung. Zum anderen meint es den gesellschaftlich verantwortlichen Umgang mit Geld und damit sozial und ökologisch nachhaltige Geschäftsmodelle für die Kreditinstitute. Spätestens die große Finanzkrise haben diese Themen wieder – nur unter äußerst negativen Vorzeichen – auf die Tagesordnung von Medien und Öffentlichkeit gesetzt. Uns wurde bewusst, dass viele Banken in den letzten Jahren lieber einem rendite- und risikoorientierten Investmentbanking frönten und sich eben nicht auf gesellschaftliche Verantwortlichkeit oder Kundennähe ausrichteten. Auch der Privatkunde stand dadurch lange Zeit nicht im Mittelpunkt der Bankenstrategien. Gestärkt aus der Krise hervor gingen nun Institute wie die Sparkassen und der genossenschaftliche Sektor, deren konservative Ausrichtung seit jeher auf Privatkunden sowie klein- und mittelständische Unternehmen setzte.

Eine zweite Diskussion gibt dieser Debatte zusätzlich Nahrung. Es sind die neuen Anwendungen der Internet-Medien, die unter dem Begriff Web 2.0 zusammengefasst werden, die auch den Bankensektor vor neue Herausforderungen stellen. An dieser Stelle setzt das Buch von Lothar Lochmaier ein. Es verweist zu Recht darauf, dass damit neue Formen der Beteiligung der Kunden an den Geschäftsprozessen, mehr Transparenz und Mitbestimmung in Bezug auf Anlagegeschäfte und Kreditvergaben möglich wären. Die etablierte Kreditwirtschaft tut sich damit aber – jenseits der Bereitstellung von Onlinekonten – bislang schwer. Gleichzeitig stoßen neue Unternehmen, v. a. Online-Plattformen zur Kreditvermittlung und andere virtuelle Finanzgemeinschaften in diese Marktlücke. Lochmaiers kompaktes Buch nimmt hier eine Bestandsaufnahme der neuen Modelle vor, es führt in die verschiedenen Aspekte des Social Banking ein, konzentriert sich aber in den Hauptkapiteln auf die neuen Unter-

* Dr. Armin Müller, DHBW Ravensburg, Studiengang BWL – Finanzdienstleistungen, Weinbergstr. 17, 88214 Ravensburg, Tel.: +49-(0)751-189992141, Fax: +49-(0)751-18999212709, E-Mail: a.mueller@dwbw-ravensburg.de, Forschungsschwerpunkte: Unternehmensorganisation, Unternehmensgeschichte, Medienwirtschaft, Social Banking.

nehmen, ihre Geschäftsmodelle und deren bisherige Erfolge. Im Kern liegt eine solide journalistische Arbeit und keine wissenschaftlich-analytische Darstellung vor.

Zu den neuen Akteuren gehören seit einigen Jahren v. a. Online-Kreditauctionen, das so genannte Social Lending. Dabei werden Kredite direkt zwischen Privatpersonen und unter Ausschaltung professioneller Banken vermittelt. Ein zweiter Bereich sind Mikrofinanzplattformen, wie sie v. a. über die Grameen Bank bekannter wurden, hier werden Mischmodelle zwischen Kredit- und Spendengeschäften betrieben. Drittens werden spezialisierte Kreditplattformen für einzelne Zielgruppen (v. a. Bildungs- und Konsumentenkredite) vorgestellt und die vierte Gruppe bilden Internetplattformen, die Kredite auch verstärkt an Unternehmen vermitteln. Dabei nimmt Lochmaier nicht nur den deutschen sondern den gesamten internationalen Markt in den Blick. Gerade am Beispiel der letzten, der unternehmensorientierten Gruppe von Online-Kreditgebern werden auch die aktuellen Probleme deutlich. Der Autor stellt hier die 2009 gegründete Noa Bank als neues, beispielhaftes Institut vor, das einerseits „wettbewerbsfähige Konditionen“ bei festverzinslichen Anlagen bot und andererseits klein- und mittelständische Kunden mit attraktiven Krediten versorgen wollte. Während Lochmaier noch von einem hohen Wachstumstempo spricht, steht seit August 2010 fest, dass das Experiment Noa Bank gescheitert ist. Mittlerweile hat die Bundesfinanzaufsicht die Kontrolle über die insolvente Bank übernehmen müssen und versucht, die wenig abgesicherten Einlagen der Kunden zu retten. Ähnliche Probleme haben auch viele der Kreditplattformen. Sie bieten zwar vergleichsweise hohe Rendite, aber in ihren virtuellen Geschäftsmodellen gelingt es bislang nicht, eine funktionierende Risikoinschätzung ihrer Kreditnehmer aufzubauen. Die Folge sind hohe Zahlungsausfälle, die in diesen Modellen komplett an die Anleger weitergegeben werden. Hinzu kommen ungelöste Probleme mit der staatlichen Bankenregulierung, denn die Plattformen operieren weitgehend im rechtlichen Graubereich und sind derzeit schwer zu regulieren. Deutlich weniger Beachtung als die Noa Bank genießt im Buch die GLS Gemeinschaftsbank, die mit über einer Milliarde Euro Bilanzvolumen der deutsche Marktführer im Bereich ethischer Geldanlagen ist. Im Vergleich zu den virtuellen Kreditplattformen sieht Lochmaier hier kaum direkte Möglichkeiten zur Mitbestimmung für die Kunden der GLS Bank. Dabei ignoriert er aber, dass das Genossenschaftsmodell und eine hohe Transparenz im Anlagegeschäft sehr wohl Mitbestimmung ermöglichen und das seit Jahrzehnten. Der Erfolg, die hohe Stabilität und das anhaltende Wachstum der GLS Bank zeugen hiervon. Letztlich nutzt sie die Professionalität einer echten Bank, um Geld effektiv einzusammeln, zu verwalten und für gesellschaftlich verantwortliche Projekte bereitzustellen.

Wenig gesicherte Informationen gibt es bislang auch über die Nutzer der Kreditplattformen. Lochmaier hat hier verschiedene Daten der Anbieter zusammengetragen und versucht mit Hilfe einer Studie der Finanzsoziologin Anke Wahl die neuen Finanzdienstleister als Ausdruck einer postmodernen Erlebnisgesellschaft zu interpretieren. Sie bedienen eine „elektronisch-konsumorientierte“ Generation, so Lochmaier, die „sich je nach Situation das für ihr spontanes Bedürfnis gerade passende Angebot jenseits von ideologischen Färbungen und Deutungsmustern“ herauspicken (S. 107). Angesichts des bislang überschaubaren Erfolgs bleibt diese Deutung aber bis zu einem erheblichen Teil spekulativ.

Lochmaiers Schlusskapitel fasst noch einmal die wichtigsten Entwicklungen der „Finanzdemokratie 2.0“ (S. 109) zusammen und kommt hier zu einem durchaus kritischen Zwischenfazit bezüglich des Social Banking. Die Widersprüche zwischen Anspruch und Realität der neuen Geschäftsmodelle sind offensichtlich. Viele der klassischen Probleme des Bankensektors und einer ungerechten Wirtschaftsordnung werden also allein durch die technischen Innovationen nicht gelöst, aber Social Banking im Sinne eines gesellschaftlich nachhaltigen Umgangs mit Geld steht umso drängender auf der Tagesordnung. Lochmaier endet immerhin mit der Zukunftsvision eines „Common Banking“, in der die Bank aus der Mitte der Gesellschaft heraus gestaltet wird, in der die Bank „nicht von oben herab nach fragwürdigen Entscheidungsmustern die Produkte delegiert, sondern aktiv vom Gemeinwesen gestaltet wird, also sich dessen Interessen unterordnet“ (S. 135). Ob die Lösungen in diese Richtung maßgeblich im Sinne einer „Finanzdemokratie 2.0“ gestaltet werden, ist aber weiterhin offen.

Sicher scheint, dass es nicht um eine reine technische Innovation geht, sondern dass Social Banking ganz erheblich von neuen Formen und einer neuen Qualität der Kommunikation der Kreditinstitute mit ihren Kunden geprägt sein wird. Dass dabei die Banken als spezialisierte und kompetente Unternehmen im Kreditgeschäft weiterhin gebraucht und nicht von sehr offenen, netzwerkartigen Plattformen ersetzt werden. Das hat die bisherige Entwicklung gezeigt. Hier knüpft die Diskussion um das Social Banking an eine umfassendere Diskussion um Social Entrepreneurship an, die weit über den Bankensektor hinausreicht. Es bleibt zu hoffen, dass beide Themen weit stärker als bislang auch in die wissenschaftliche und die wirtschaftspolitische Diskussionen Einzug nehmen.