

Sparkassen – Vorsprung durch Kundennähe

- Es gilt das gesprochene Wort -

Sehr geehrter Herr Präsident Lenk, meine sehr verehrten Damen und Herren, auch ich begrüße Sie im Namen der dieses Event mit veranstaltenden Sparkassen-Finanzgruppe Baden-Württemberg auf das Allerherzlichste zum Handelsforum 2009.

Ich möchte mich bei Ihnen, Herr Lenk, und allen Damen und Herren des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg ganz herzlich bedanken – für die beständige und die nachhaltig gute Zusammenarbeit mit Ihnen allen. Unsere Sparkassen wissen das zu schätzen. Denn Kontinuität ist es, was Erfolg schafft.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, das diesjährige Handelsforum steht unter einem außergewöhnlichen Motto, welches mich zugegebenermaßen auch etwas irritiert hat: „Sprunghaft und unberechenbar – kennen wir unsere Kunden noch?“ Für mich schwingt da fast schon etwas Kritik an unseren Kunden mit. Wenn ich an meine andere Profession in der Politik denke – würde man die Wähler mit einer ähnlichen Kritik konfrontieren, wäre das wohl ein K.o.-Kriterium.

Meine Meinung ist: Zu aller erst müssen wir uns nach dem Kunden richten. Und das gilt vor allem dann, wenn man Marktführer ist, so wie wir Sparkassen. Denn den Kunden können wir uns nur bedingt aussuchen. Sicher aber ist – und das ist das eigentliche Problem, welches das Motto ganz richtig aufgreift: Die Bewertung und die Einschätzung unserer

Kunden und deren Verhalten im Markt ist viel schwieriger geworden.

Das gilt in sämtlichen Bereichen. Sie im Einzelhandel werden das genauso gut wissen, wie wir in der Finanzbranche. Abnehmende Bindungen zeigen sich überall: Im Kaufverhalten, im Wahlverhalten, gegenüber den Kirchen, im Grunde gegenüber allen gesellschaftlichen Institutionen kann eine abnehmende Bindungskraft beobachtet werden.

Das liegt sicherlich auch an dem enorm gewachsenen Angebot für die Kunden. Aber der Kunde hat heute auch besonders gerne eine große Auswahl – das wissen Sie am besten.

Auf der anderen Seite ist es für den Kunden natürlich auch nicht immer leicht, sich im Produktdschungel zurechtzufinden. Und manch gut gemeinte Deregulierung schafft nicht mehr Wahlmöglichkeiten, sondern stiftet nur Verwirrung. Nehmen wir als aktuelles Beispiel die Abschaffung der Vorschriften für Verpackungsgrößen durch die Europäische Union. Das Entscheidende ist, meiner Meinung nach, deshalb, wie wir als Anbieter diesem veränderten Kundenverhalten begegnen, wie wir unsere Kunden halten und wie wir neue Kunden gewinnen. Vor dieser Aufgabe stehen Sie, als Einzelhändler genauso wie wir Sparkassen. Wir haben ja, wie Sie, auch eine dezentrale Struktur vor Ort.

Nun, wie haben wir Sparkassen diese Fragen bisher beantwortet?

Peter Schneider, MdL
Präsident
Sparkassenverband
Baden-Württemberg

Für uns lag der Schlüssel zum Erfolg im Markt stets in der Kundennähe – nicht erst seit heute oder gestern, sondern schon immer. Für uns Sparkassen ist Nähe kein Zufall, sondern Absicht, wie wir das einmal in einem Werbeslogan in den 90er Jahren gesagt haben. Wir Sparkassen sind, ebenso wie der genossenschaftliche Verbund, so stark vor Ort vertreten, wie kein anderer Finanzdienstleister. Allein in Baden-Württemberg unterhalten die 54 Sparkassen - und es sind heute viele Vorstandsvorsitzende und Vorstände sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unter uns – mit 2.500 Geschäftsstellen ungefähr so viele Filialen, wie alle Geschäftsbanken bundesweit zusammen, sofern man die historisch filialstarke Postbank einmal herausnimmt.

Kundennähe ist Teil des Selbstverständnisses der Sparkassen, aber auch Teil ihres öffentlichen Auftrags. Verbunden mit hoher Qualität, mit Beratung und Service werden wir dies auch weiterhin vor Ort fortführen. Damit gewinnen wir – und auch das ist wichtig – das notwendige Vertrauen der Kunden. Nähe zum Kunden heißt für die gemeinwohlorientierten Sparkassen aber auch immer, sich gesellschaftlich in der Region zu engagieren. Dafür stellen wir ein beachtliches Fördervolumen, von jährlich über 40 Millionen Euro zur Verfügung. Damit unterstützen wir vor Ort das gesellschaftliche Leben in seiner ganzen Bandbreite: Sport, Kultur, Kunst, soziale Projekte.

Was hat sich nun daran geändert – vor allem im Zeitalter des Internets? Sicherlich das Marktverhalten, vor allem der jüngeren Generation. Diese ist ja den neuen Medien, etwa dem Internet, geradezu verfallen. Das bringt auch uns Sparkassen in eine schwierige Situation. Wir haben in der Gruppe zwar auch Direktbanken aufgebaut - denken Sie an 1822 direkt, die netbank oder die DKB – aber alles ohne einschlagenden Erfolg. Die Diskussion darüber ist noch im Gange, wir in Baden-Württemberg bevorzugen jedoch den Multikanalansatz. Das heißt, wir sind mit unseren Dienstleistungen real vor Ort, wie auch gleichzeitig online präsent. Den Direktbankenansatz sollten wir, nach unserem Verständnis, nicht kopieren. Unsere Antwort lautet damit: Umfassendes Produktangebot und

Kundenorientierung nach dem Multikanalansatz, real vor Ort und im Internet zugleich.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, als Marktführer sind wir Sparkassen natürlich immer die Gejagten. Spezialanbieter – die „Rosinenpicker“ – versuchen die Sparkassen überall auszustechen. Mit vermeintlichen Topkonditionen bei einzelnen, standardisierten und kostenoptimierten Produkten gehen sie auf Kundenfang. Eine umfassende Kundenberatung bieten diese gesichtslosen Direktanbieter, eigentlich müssten sie ja Distanzanbieter heißen, gerade nicht. Vor allem aber bedienen sie das ihnen ungeliebte Mittelstandsgeschäft nicht. Denn das ist nun einmal beratungsintensiv, risikoreicher und auch margenschwächer.

Hier setzen wir Sparkassen als „Allrounder“, als Allfinanzanbieter dagegen, in weiten Teilen erfolgreich, in anderen weniger, das will ich gar nicht verschweigen. Wenn ich etwa an den Point-of-Sale-Ansatz denke – also die unmittelbare Vergabe von Konsumentenkrediten direkt an der Kasse – hier haben wir Sparkassen ganz klare Vorbehalte und Grenzen. Denn das können wir mit unserer Überzeugung, unserem öffentlichen Auftrag nicht vereinbaren. Hier verlieren wir Marktanteile, weil wir eben nicht alles mitmachen können und wollen.

Gegenwärtig machen uns Sparkassen die Autobanken als Konkurrenten zu schaffen. Diese haben, wenn Sie sich das einmal anschauen, im Einlagengeschäft weit über dem Markt liegende Zinsen: Drei Prozent für Tagesgeld bei einem Referenzzinssatz im Geldmarkt von derzeit 0,85%. Das ist weit aus dem Markt. Aber die Autobanken finanzieren eben auch nicht wie andere Banken, etwa wie wir Sparkassen, den Mittelstand und die Wirtschaft insgesamt. Ihr alleiniger Zweck ist die Konzernfinanzierung. Und ihre Kampfkonditionen im Einlagengeschäft sind dabei weitaus günstiger als die Kreditkonditionen im Unternehmensanleihegeschäft für ihren Konzern. Letztlich ist ihr Geschäftsmodell ein Unternehmensfinanzierungsmodell unter dem Deckmantel einer Bank. Und so stehen wir seit geraumer Zeit unter

einem erheblichen Wettbewerbsdruck – auch weiterhin, auch in Zeiten der Finanzmarktkrise. Ich sage immer wieder: International gesehen ist Deutschland eigentlich ein Banken-Aldi. Nirgendwo sind die Margen so gering und der Wettbewerbsdruck so hoch.

Was hat sich nun durch die Finanzmarktkrise im Kundenverhalten geändert?

Die Finanzmarktkrise hat sich ja schnell zu einem gewaltigen weltwirtschaftlichen Abschwung entwickelt. Der 15. September 2008 ist dabei ein ganz besonderes Datum. Die Lehman-Pleite, ein kardinaler Fehler der Amerikaner, hat zu einer neuen, dramatischen Runde in der Finanzmarktkrise geführt und gleichzeitig ein völlig neues Verhalten der Kunden eingeläutet. Vorher hatten wir eine hemmungslose Renditejagd nach den besten Konditionen, rund um den Globus. „Wieso habt ihr nicht ein kostenloses Girokonto? Wieso habt ihr nicht die besten Zinskonditionen, wie die Isländer?“ sind wir gefragt worden.

Nach dem 15. September gab es nur noch eine Frage: „Ist mein Geld noch sicher?“ Nur noch Sicherheit hat gezählt! Und so etwas haben wir noch nie in unseren Häusern erlebt: Das Gold ging uns aus, die großen Banknoten gingen uns aus, weil die Leute ihr Geld abgehoben haben, um es unter dem Kopfkissen zu deponieren. Die Bundesregierung hat schließlich angesichts dieser Situation eine umfassende Sparergarantie gegeben. Wir Sparkassen hatten das nicht nötig. Wir haben eine 200jährig testierte, absolute Sicherheit der Einlagen. In diesem Moment allerdings war die Entscheidung der Bundesregierung richtig. Denn wenn eine Situation eintritt, in der die Sparer anfangen, ihr Geld abzuheben, dann wird es gefährlich. Wenn die Herde einmal durchgeht, hält sie niemand mehr auf. Deshalb war es richtig, dass die Bundeskanzlerin so beherzt reagiert hat.

Wir Sparkassen haben davon profitiert. Wir haben Einlagenzuwächse gehabt wie noch nie. Allein im Oktober 2008 haben wir in Baden-Württemberg einen Zuwachs bei den Spareinlagen von 2,3 Mrd. Euro verzeichnet; auf das ganze

Jahr bezogen ein Plus von 4,3%. Einen solchen Zufluss hatten wir in der ganzen Geschichte der Sparkasse überhaupt noch nie! Aber die Zeit des angstgetriebenen Einlagenzuwachses bei den Sparkassen war auch genauso schnell wieder vorbei. Jetzt ist man schon wieder auf Renditejagd.

Und jetzt treten gemeinsam mit den Autobanken die ersten staatsgedopten Geschäftsbanken an. Nehmen Sie die Commerzbank: Ein sogenanntes kostenloses Girokonto, völlig überhöhte Einlagenzinsen, aber mit 18 Mrd. Euro Steuergelder für neues Eigenkapital im Rücken. Und so tritt man jetzt gegen Sparkassen, gegen Volksbanken am Markt an. Das verzerrt nicht nur den Wettbewerb. Ich sehe darin auch die Gefährdung der Mittelstandsfinanzierung, die Sie, Herr Lenk, zu Recht angesprochen haben. Denn die Sparkassen haben in der Vergangenheit den Ausfall von Kreditanbietern, von vielen Geschäftsbanken, die sich aus dem Mittelstandsfinanzierungsgeschäft zurückgezogen haben, kompensiert. Sie haben die Lücke geschlossen und damit auch maßgeblich den Aufschwung mitfinanziert. Wir sichern bis heute die Mittelstandsfinanzierung in Baden-Württemberg. Von drei Euro Mittelstandskrediten kommen rund zwei Euro aus der öffentlich-rechtlichen Finanzgruppe, und wir haben in 2008 weiter zugelegt. Mit einem Plus von 6,6% in der Mittelstandsfinanzierung. Das ist die höchste Steigerung, die wir in den letzten 10 Jahren überhaupt gehabt haben - und das schon im beginnenden Finanzkrisenjahr 2008. Wir haben es damit geschafft, eine Kreditklemme, wie sie andere Länder zum Teil mit verheerenden Auswirkungen haben, zu verhindern. Auch dem Handel in Baden-Württemberg stellen wir aktuell 6,1 Mrd. € an Krediten zur Verfügung. Hier haben wir ein Plus von 300 Mio. € innerhalb der letzten beiden Jahre verzeichnen können. Auch im März lag das Kreditwachstum mit 5,9% weiter auf unverändert hohem Niveau.

Wir Sparkassen haben uns damit gewaltig engagiert, wir stemmen uns gegen den Abschwung, und wir wissen ganz genau, dass man jetzt im Abschwung, in der Krise, entsprechend den Tribut dafür

bezahlen muss. Wir werden Verlustträger des Abschwungs sein. In unseren Häusern steigen jetzt die Einzelwertberichtigungen. Darauf sind wir aber vorbereitet, denn das ist schließlich Teil unseres öffentlichen Auftrages. Aber wenn es staatsgedopte Institute gibt, die entsprechend hohe Einlagenzinsen bieten, dann wird es für uns schwierig, im Passivbereich weiterhin attraktiv zu sein. Bisher war das unproblematisch. Sparkassen bekommen immer noch mehr Geld von den Menschen, als sie es nachher als Kreditgeber vergeben. Aber wenn das so weitergeht - dass uns im Einlagenbereich, im Passivgeschäft, solch unlautere Konkurrenz gemacht wird, dann sehe ich auf lange Sicht eine Gefahr für die Mittelstandsfinanzierung, weil wir dann nicht mehr die notwendigen Mittel für unser Geschäftsmodell haben. Deshalb müssen wir der Politik vor allem deutlich machen: Das kann so nicht im Interesse des Mittelstands sein. Eine solche Wettbewerbsverzerrung ist untragbar.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, Sie werden sich sicher fragen: Wohin geht die Reise? Wie entwickelt sich diese Finanzmarktkrise, die ja jetzt schon ein großer Wirtschaftsabschwung ist? Wie stark erreicht sie Sie persönlich, auch im Einzelhandel?

Nun, Wirtschaftsprognosen sind immer schwierig, und jetzt allemal. Eines ist sicher: Deutschland, und besonders Baden-Württemberg, ist über seine Exportabhängigkeit besonders vom Konjunkturunbruch betroffen. Wir haben Einbrüche in nie gekannter Dimension von 40-50 Prozent etwa im exportorientierten Maschinenbau oder im Automobilbau. Je aktueller die Konjunkturprognosen, umso pessimistischer fallen sie aus. Einbrüche in nie dagewesener Höhe werden prognostiziert: 4, 5, sogar sechs Prozent sind es aktuell. Die Ausmaße werden noch deutlicher wenn man den aktuellen Abschwung mit früheren Rezessionen vergleicht, etwa der letzten Ölkrise: Damals hatten wir gerade mal einen Rückgang von einem Prozent.

Umso erstaunlicher ist es, dass trotz dieser Flut von negativen Meldungen die Stimmung gerade beim Verbraucher noch relativ stabil ist. Dem Konjunk-

turpessimismus folgte bislang keine Konsumverweigerung. Eine Erklärung dafür ist, dass die Entgeltsituation der Verbraucher noch weitgehend ungeschmälert geblieben ist. Die deutlichen Einkommenszuwächse im vergangenen Jahr wirken derzeit noch nach. Auch die Kurzarbeit wirkt stabilisierend, genauso wie die sinkenden Energiepreise. Diese wirken enorm Kaufkraft erhaltend. Der Konsum kann zwar einen überaus starken Einbruch bei Investitionen und Exporten nicht kompensieren, das ist klar. Aber er federt ihn zumindest etwas ab. Und damit könnte gerade der Einzelhandel ein stabiler Faktor im Wirtschaftsabschwung bleiben. Aber das hängt natürlich entscheidend davon ab, wie sich der Arbeitsmarkt in den nächsten Monaten entwickelt. Das kann jetzt niemand verlässlich voraussagen. Eines ist jedoch sicher: Je länger die Talfahrt anhält, umso mehr wird aus Kurzarbeit Arbeitslosigkeit, das wissen wir alle.

Aber vielleicht gewinnen doch die Konjunktur stabilisierende Kräfte wie etwa die sinkenden Energiepreise oder die staatlichen Konjunkturpakete die Oberhand.

Was leisten wir Sparkassen in dieser Situation?

Erstens: Sie können davon ausgehen, dass die Sparkassen mit ihrer Kundennähe an ihrem Erfolgsfaktor festhalten werden. Wir wollen weiterhin flächenpräsent sein. Mit dem Multikanalansatz, wie ich es gesagt habe. Es ist übrigens immer so: Wenn auf dem Dorf oder in einem Stadtteil einmal die Sparkasse zumacht, dann folgen ganz schnell andere hinterher.

Zweitens: Sparkassen setzen gleichzeitig auf Qualität, auf Beratung und auf Vertrauen - wie in der Vergangenheit. Und - was ganz wichtig ist - Sparkassen haben in der Vergangenheit in den guten Jahren Eigenkapital aufgebaut. Man darf es fast nicht laut sagen: Die Sparkassen verfügen heute im Durchschnitt über ein so hohes Eigenkapital, dass es ihnen möglich ist, jetzt in der Krise, umso fester auch als Kreditgeber zur Wirtschaft in Baden-Württemberg zu stehen.

Das heißt natürlich nicht, dass jeder das bekommt, was er sich wünscht - auch bei den Konditionen nicht. Wir müssen auch weiter risikoorientiert bepreisen. Sonst würden wir den Grundstein für die nächste Krise legen. Aber die Sparkassen bleiben ein verlässlicher Partner an der Seite des Mittelstandes und des Einzelhandels - nach besten Kräften. Wir wollen weiter Impulsgeber für die Gesellschaft vor Ort sein, als verlässlicher Steuerzahler vor Ort, in den Ortschaften, in den Gemeinden. Wir zahlen auch im Jahr 2008 hohe dreistellige Millionenbeträge an Steuern in Baden-Württemberg. Wir bleiben weiterhin wichtige Arbeitgeber und Ausbilder. In Baden-Württemberg beschäftigen wir rund 36.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Jedes Jahr stellen wir bei einer Ausbildungsquote von über neun Prozent rund 1.000 neue Ausbildungsplätze zur Verfügung. Wir bleiben weiterhin treue Förderer des gesellschaftlichen Lebens. Und was mir genauso wichtig ist: Wir müssen im Finanzmarkt als Antwort auf diese Krise eines ganz deutlich sagen: Wir stehen für nachhaltiges Wirtschaften. Wir wollen nicht die Eigenkapitalrenditen, wie sie jetzt schon wieder propagiert werden: 15, 20, 25% - das geht nicht. Man kann nicht nachhaltig 20 und 25% erwirtschaften wollen. Das ist nicht fair und das ist nicht risikogerecht. Damit würden die Grundlagen für die nächste Krise schon wieder gelegt werden. Natürlich brauchen wir eine Rendite, das ist klar, wie Sie alle auch. Aber wir wollen eine nachhaltige Rendite. Wir streben keine Spitzenrendite an, sondern eine ehrliche, nachhaltige Rendite, damit wir auch weiterhin Ihr verlässlicher Partner vor Ort bleiben können.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Erfolg in Ihren Betrieben und dass Sie gut durch diese Krise kommen; und einen guten, Erfolg bringenden Tag heute beim Handelsforum in Karlsruhe.

Herzlichen Dank!