

**D**ie große Mehrheit der Deutschen wickelt ihre Bankgeschäfte immer noch auf klassischem Weg ab, in einer Bankfiliale. Und vieles spricht dafür, daß dies noch lange so bleiben wird. Doch die Minderheit, die immer seltener bei der Bank vorbeischaut und statt dessen neue Wege der Kommunikation mit dem Kreditinstitut nutzt, wächst. Auch die Genossenschaftsbanken müssen entscheiden, welchen Stellenwert sie den elektronischen Vertriebswegen für Bankprodukte geben.

Experten sprechen von 8,5 Millionen Kunden, die bereit sein sollen, auf eine Filialbindung zu verzichten. In zehn bis 15 Jahren, so einige Prognosen, wird etwa ein Fünftel der Bankkunden bis zu 80 % der Bankgeschäfte vom heimischen Computer aus erledigen. Die genossenschaftliche Bankengruppe, zu der Ende vergangenen Jahres 2.589 Volksbanken und Raiffeisenbanken zählten, kann an den Bedürfnissen dieser wachsenden Kundengruppe nicht einfach vorbeigehen.

Zudem schafft die technische Entwicklung neue Wettbewerbsverhältnisse, da die räumliche Beschränkung von Anbietern bei Nutzung der elektronischen Kommunikationsmedien entfällt. „Jedes Institut kann überall sein“, betont Dr. Bernd Rodewald, Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

Institte, die nur den elektronischen Vertriebsweg nutzen, haben eventuell auch eine günstigere Ko-

Von HARALD DÜREN

stenstruktur als Banken, die alle Vertriebswege anbieten. Am Computer fällt es dem Kunden zudem leichter, die Preise verschiedener Kreditinstitute zu vergleichen. Alle drei Trends bergen nach Meinung von Rodewald die Gefahr eines Preisverfalls – gerade bei den wenig erkärrungsbedürftigen Standardprodukten.

Die genossenschaftliche Bankengruppe hat auf diese Entwicklung reagiert. Unter dem treffenden Markennamen „KontoDirekt“ bietet sie ihr Direktbanking-Konzept an. Kein Aufbau einer separaten Direktbank

Passend zum Selbstverständnis der dezentralen Institutsgruppe, wurde auf den Aufbau einer separaten Direktbank-Tochter verzichtet. Stattdessen soll jede einzelne Volksbank oder Raiffeisenbank den vollen Service des „KontoDirekt“ mit der technischen Unterstützung der Rechenzentralen, der Zentralbanken und der DG Bank bereitstellen.

Mehr als 2.400 Genossenschaftsbanken bieten mittlerweile Homebanking per T-Online (früher Brix) an.

Dieses Angebot nutzten Ende vergangenen Jahres rund 370.000 Kunden. Daraus errechnet der BVR einen Marktanteil von rund 21 %.

Wiese. Unter Marketingaspekten hat diese Lösung auch den Vorteil, daß die Kreditgenossenschaft vor Ort dem Kunden die Wahl läßt, wie er seine Bankgeschäfte abwickeln will.

Dieser Ansatz wird durch Kundenbefragungen bestätigt, wonach sich mehr als 80 % der Befragten nur dann für Direct-Banking-Angebote interessieren, wenn sie zusätzlich zum bisherigen Bankservice angeboten werden.

Zu den Vorteilen des Homebanking per PC zählt der bequeme Zugriff auf das Konto von zu Hause aus.

#### Auftritt im Internet wird vorbereitet

Die Bankgeschäfte können rund um die Uhr erledigt werden, und häufig sind die Kontoführungspreise für auf diesem Weg erzielte Aufträge niedriger. Der Homebanker kann derzeit folgende Angebote nutzen: Kontostände, -umsätze und -übersichtige abrufen, Überweisungsaufträge erstellen, aktuelle Wertpapierkurse abrufen, Formulare, z.B. ec-Schecks, anfordern, Nachrichten an die Bank senden, Konten bei der Bausparkasse Schwäbisch Hall einsehen. Informationen über die Bank und aktuelle Angebote einholen.

In Vorbereitung und zum Teil realisiert sind nach Auskunft des BVR

das Einrichten und Ändern von Daueraufträgen, die Abfrage von Wertpapierdepots und die elektronische Erteilung von Kauf- und Verkauforders. Auch Auslandsüberweisungen sollen demnächst möglich sein.

Als neues Informationsmedium in der Beziehung zwischen Kunde und Bank bietet sich auch das weltweite Datennetz Internet an. Zur Zeit wird das Internet wegen unstrittiger Sicherheitsstandards überwiegend nur als Kommunikationsforum genutzt. Der BVR rechnet aber damit, daß im Internet zukünftig auch in größerem Umfang Transaktionen aus dem Homebanking abgewickelt werden können. Wegen der grundlegenden geschäftspolitischen Bedeutung und der rasanten Entwicklung auf diesem Gebiet arbeitet der BVR derzeit an einem Internet-Auftritt für die genossenschaftliche Bankengruppe.

Bislang haben die neuen Wege der Kommunikation und des Vertriebs von Bankprodukten noch keine deutlich sichtbaren Spuren in den Bilanzen der Volksbanken und Raiffeisenbanken hinterlassen. Im Jahr 1995 stieg die addierte Bilanzsumme nach Angaben des BVR um fast 57 Mrd. DM oder rund 7 % auf knapp 878 Mrd. DM. Die Einlagen einschließlich Schuldverschreibungen legten ins-

## KREDITGENOSSENSCHAFTEN / Elektronische Vertriebswege stellen die dezentrale Gruppe vor neue Herausforderungen Homebanking verändert den Wettbewerb

KREDITGENOSSENSCHAFTEN / Elektronische Vertriebswege stellen die dezentrale Gruppe vor neue Herausforderungen

Erhöhter Risikoaufwand im Kreditgeschäft

Trotz eines erhöhen Risikoauwands im Kreditgeschäft und einer rückläufigen Zinsspanne konnten die Kreditgenossenschaften insgesamt das Betriebsergebnis 1995 mit 0,87 % des durchschnittlichen Geschäftsvolumens gegenüber dem Vorjahr leicht verbessern. Mit 69 (Vorjahr 115) Fusionen hat sich nach Beobachtung des BVR der Fusionsprozeß 1995 deutlich verlangsamt. Die durchschnittliche Bilanzsumme der Genossenschaftsbanken stieg auf 339 Mill. DM (+10 %). Ende vergangenen Jahres verfügten 2.589 Kreditgenossenschaften über insgesamt 19.724 Bankstellen. Sicherlich werden die Kreditgenossenschaften auf Dauer ihr dichtes Zweigstellennetz dem Kundenbedarf anpassen und, wenn die Nachfrage sinkt, auch radikal ausdünnen müssen. Aber das Homebanking deckt die Bedürfnisse der Kunden bisher nur zum Teil ab. Entscheidend wird auch in Zukunft die Qualität und der Preis der Dienstleistung sein – ganz gleich ob sie per Telefon, Computer oder in der Bankfiliale erbracht wird.

Quelle für alle Angaben in der Tabelle „Die 1.000 größten Genossenschaftsbanken“ ist der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), Bonn.