

Systematisch fair

RATENKREDITGESCHÄFT Aus Sicht der Verbraucherschützer ist der Ratenkreditmarkt auch nach Inkrafttreten der Verbraucherkreditrichtlinie kein Vorbild für eine verantwortliche Kreditvergabe. Dennoch schmücken sich viele Anbieter mit dem Attribut „fair“ und diversen Beratungszertifikaten. Neuerdings liegen valide Kriterien für eine umfassende Fairnessprüfung des Konsumentenkreditgeschäfts vor, die Grundlage für eine entsprechende Zertifizierung darstellen können. Ein erstes Pilotverfahren unter Nutzung der klassischen Methoden des Systemaudits und von Mystery-Shopping-Tests hat bereits zu einer erfolgreichen Zertifizierung geführt. *Patricia Adam*

Keywords: Bankberatung, Privatkundengeschäft, Konsumentenkredite, Fairness, Zertifikat

Das Wort „fair“ ist grundsätzlich positiv besetzt und bietet als Synonyme Begriffe wie anständig, gerecht, redlich, regelkonform und untadelig. Der Begriff „Fairness“ wird deshalb gerne auch werberisch vereinnahmt. Besonders auffällig ist die Fairness-Botschaft im Ratenkreditgeschäft. Sei es der SpardaFairKredit, der netbank Ratenkredit („fair, transparent und schnell“), der ING-DiBa-Ratenkredit („günstig, fair“) oder der faire easyCredit – viele Anbieter schmücken sich mit einer fairen Angebotsgestaltung.

Verbraucherschützer kritisieren Ratenkredite

Dies steht in deutlichem Gegensatz zur Kundensicht. Bereits seit den 1980er Jahren wird die Praxis der Vergabe von Ratenkrediten an Konsumenten von Verbraucherschützern, Politik und Medien öffentlich kritisiert. Einigen berechtigten Kritikpunkten wurde bekanntlich in der Verbraucherkreditrichtlinie, mit der am 11. Juni 2010 entsprechende europäische Richtlinien in deutsches Recht umgesetzt wurden, entsprochen. Ihre Regelungen

betreffen insbesondere die Erhöhung der Transparenz der Angebote mittels Standardisierung der Informationspflichten der Anbieter durch das zwingende Muster „Europäische Standardinformation für Verbraucherkredite“, eine europaweit einheitliche Berechnung des effektiven Jahreszinses und den Anspruch auf einen Tilgungsplan.

Aus Sicht der Verbraucherschützer blieben jedoch wichtige Aspekte ungeregelt. Im Zentrum ihrer Bemühungen steht weiterhin der Wunsch nach weiterreichenden gesetzlichen Regelungen zur Förderung der verantwortlichen Kreditvergabe. Der im Juli 2011 vom Bankenfachverband herausgegebene Kodex „Verantwortungsvolle Kreditvergabe für Verbraucher“ mit der entsprechenden Selbstverpflichtung der Mitgliedsbanken bietet aus ihrer Perspektive keinen hinreichenden Konsumentenschutz. Konkret werden Kettenkredite und Umschuldungsverluste, verdeckte Gebühren und Provisionen, inflexible Ratenfestgestaltungen, Restschuldversicherungen und eine unangemessene Kündigungspraxis angeprangert. Die zusätzliche Belastung von ohnehin weniger solventen Verbrauchern mit erhöhten Zinsen, Gebühren und Verzugskosten wird als Bestandteil einer Diskriminierung bestimm-

ter Verbraucherschichten verstanden, denen der Zugang zu Ratenkrediten erschwert oder verwehrt wird.

Ungeachtet dieser Kritik boomen Ratenkredite in Deutschland. Gemäß Schufa Kredit-Kompass 2013 wurden im Jahr 2012 rund 7,7 Mio. Ratenkredite neu auf-

genommen, womit zum Ende 2012 die Gesamtzahl der laufenden Ratenkredite auf 17,4 Mio. stieg.

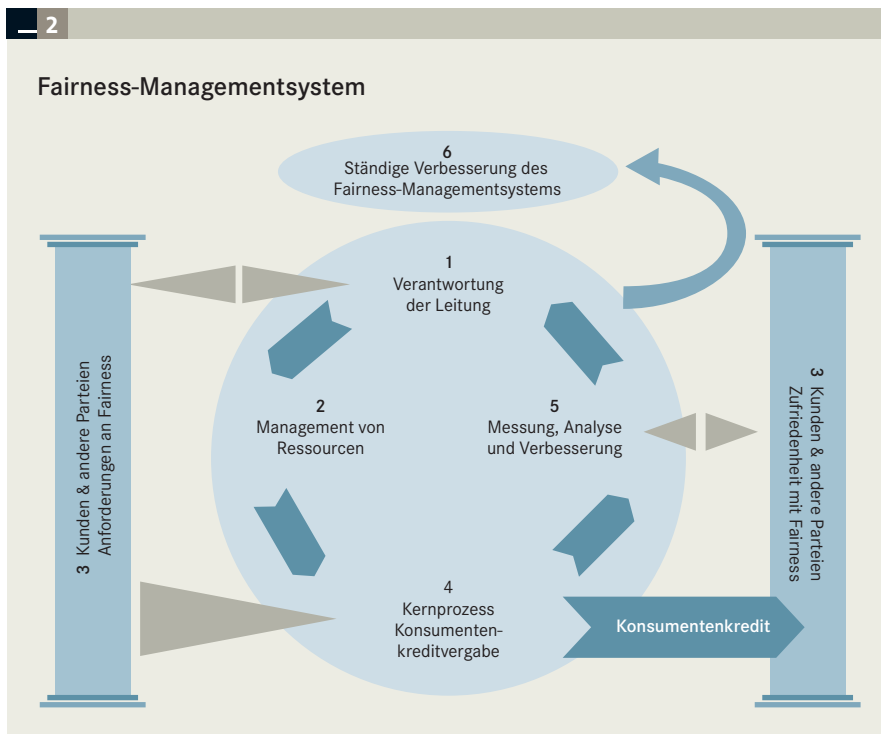
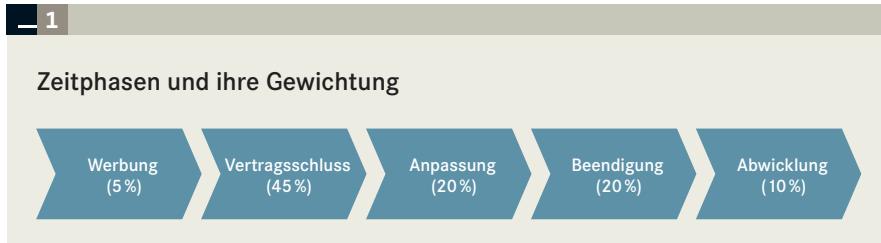
Seit Jahren steigt jedoch auch die Bereitschaft der Verbraucher, sich vor Kreditabschluss Angebote verschiedener Banken einzuholen. Verzeichnete die

Schufa 2002 für einen Kredit durchschnittlich 1,5 Anfragen, waren es 2012 bereits 1,9 Anfragen.

Suche nach Wettbewerbsvorteilen durch Zertifikate

Diesem kritischeren Verbraucherverhalten tragen die Banken zunehmend durch den Versuch Rechnung, durch extern vergebene Qualitätssiegel und Beratungszertifikate Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Inzwischen gibt es vielfältige Zertifikate von unterschiedlichen Anbietern, die mit stark variierender Methodik, Zielsetzung und Güte Finanzdienstleister zertifizieren. Der TÜV Saarland vergibt z. B. ein „TÜV Service tested“-Zertifikat. Es basiert auf einer standardisierten Befragung von Kunden des jeweiligen Finanzinstituts und wird vergeben, wenn die Gesamtzufriedenheit und ausgewählte Einzelkriterien mit mindestens 2,2 nach Schulnotenskala bewertet werden. Dabei können einzelne Kundengruppen vom Anbieter ausgeschlossen werden, etwa solche, die sich in Abwicklung befinden. Mit dieser Zertifizierung werben die CreditPlus Bank oder die SWK Bank. Der TÜV Süd vergibt ein Siegel zur Servicequalität, das ebenfalls auf einer repräsentativen Kundenzufriedenheitsbefragung beruht, die um eine Dokumentenprüfung, ein Monitoring vor Ort und anonyme Testkäufe ergänzt wird. Der TÜV Rheinland verleiht ein Zertifikat zur Beratungsqualität, das in drei Projektphasen über eine Qualitätsprüfung des Beratungsprozesses, der Optimierung der Beratungstools mit Vergabe des Prüfsiegels „systematischer Beratungsprozess“ und der Schulung von Mitarbeitern zum Zertifikat „Zertifizierte Beratungsqualität (Finance)“ führt. Es wurde beispielsweise an die Raiffeisenbank Großelnöder oder die Sparkasse Vest-Recklinghausen vergeben.

Die Vergabe solcher Zertifikate wird seit Jahren kritisch untersucht und kommentiert. 2010 erlangte eine Studie hohe



Aufmerksamkeit, in der der Verfasser Werner Siepe insbesondere die Vergabepraxis von Zertifizierungen zur Beratungs- und Servicequalität bei Finanzdienstleistern anprangerte. So würden schwerpunktmäßig „weiche“ Kriterien geprüft und „harte“ Kriterien wie die fachliche Qualität der Beratung, die Qualifikation des Beraters sowie rechtliche Aspekte bezüglich einer anlegergerechten Beratung nicht umfassend abgedeckt, was unter Umständen zu einer Verbrauchertäuschung führen könne.

Festzuhalten bleibt, dass keines der bisher auf dem Markt vorhandenen Zertifikate den vollständigen Prozess für ein

bestimmtes Kreditprodukt abbildet, sondern lediglich individuell definierte und marktübliche Aspekte von Kundenzufriedenheit oder Beratungsprozessen zugrunde gelegt werden.

Verbraucherforscher erarbeiten Kriterienkatalog

Das Institut für Finanzdienstleistungen e.V. (iff) sieht die verantwortliche Kreditvergabe insbesondere im Raten- und Überziehungskredit als wesentlichen Qualitätsfaktor, der in der bisherigen rechtlichen und praktischen Ausgestaltung unterbewertet wird und damit dem Verbraucher keine Möglichkeit bietet,

wirklich gute Produkte am Markt auszuwählen. Mit der Ende 2013 erschienenen Studie „Fairness und Verantwortung im Konsumentencredit – ein Bewertungsprojekt“ hat es erstmals auch einen vollständigen Kriterienkatalog vorgelegt, in welchem Fairness-Standards für Konsumentenkredite aus Verbraucherschutzsicht detailliert festgelegt werden. Dieser Kriterienkatalog bezieht sich auf alle Formen von in Deutschland angebotenen Ratenkrediten (Konsumenten-, Kreditkarten-, Rahmenkredite, Dispositionskredite) und enthält zudem spezielle Kriterien für variabel verzinsten Kredite sowie den Online-Fernabsatz.

4								
Auszug aus dem Zertifizierungskatalog								
Vorvertragliche Information, Vertrag und -abschluss								
Kriterium	Indikator bzw. Prüfungsgegenstand	Prüfmethode (Prüfung durch...)	ggf. konkretere Definition des Indikators	Pflicht (+) Kür (-) Kriterium	Logik Punktvergabe (0-9)	Mögliche Punkte	Gesamtpunkte pro Kriterium	Kommentar (DQS)
Markt								
Beratungsqualität								
Kundengespräch	Verschiedene Kreditalternativen werden im Kundengespräch angeboten	Einblicknahme in Beratungsdokumentation (DQS), Mystery-Shopping-Tests (Testorganisation)	Unterscheidung der Angebote durch (a) Kreditart, (b) Zinssatz, (c) Laufzeit, (d) Höhe der Monatsrate, (e) Darlehenssumme, (f) Modalitäten der vorzeitigen Rückzahlung, (g) Möglichkeit des Ratenaussetzens, (h) Möglichkeit der Ratenreduktion während Laufzeit (i) Möglichkeit des Forderungsverkaufs, (j) Fälligkeitsterminen	-	≥ sieben Indikatoren erfüllt = 9, ≥ fünf Indikatoren erfüllt = 6, ≥ zwei Indikatoren erfüllt = 3	9	0	Kommentar mit Farbcode
Sozial								
Preisgerechtigkeit	Zinssatz, der < als das Doppelte im Sinne des durchschnittlichen Zinssatzes für Konsumentenkredite nach Bundesbankstatistik der Zeitreihe SUD130Z des Vormonats beträgt	Einblicknahme in bankinterne Statistik sowie gezeichnete Kreditverträge, Stichproben (jeweils mit Bezug auf die letzten sechs Monate), Mystery-Shopping-Test (Testorganisation), Befragen der Anbieter (DQS/Volkswirt)		+		1	1	Kommentar mit Farbcode

Die Kriterien wurden auf Basis der gesetzlichen Regelungen und mit Hilfe von Testkäufen und Feedback der Verbraucherzentralen entwickelt und basieren grundsätzlich auf möglichen, aber bisher mehrheitlich nicht realisierten Aspekten verantwortlicher Kreditvergabe. Damit enthält der Katalog auch konkrete Anforderungen an die aus Verbrauchersicht kritischen Bereiche wie den Umgang mit Vorfälligkeitsentschädigungen, Restschuldversicherungen und Zahlungsschwierigkeiten. Die insgesamt 214 Kriterien gliedern sich in heute schon einzuhaltende Pflichtkriterien – wesentlich basierend auf den gesetzlichen Vorgaben – und in aus Verbrauchersicht wünschenswerte Kürkriterien. Sie umfassen den vollständigen Konsumentenkreditprozess und gliedern sich in fünf Zeitphasen einer Kreditbeziehung, die auf Basis ihrer Bedeutung gewichtet werden ► 1.

Der Katalog enthält für jedes Kriterium eine konkrete Beschreibung eines Indikators bzw. Prüfungsgegenstands, so dass die Idee der verantwortlichen Kreditvergabe im Konsumentenkreditge-

schäft erstmals nachvollziehbar wird. Eine Beurteilung der Fairness im Konsumentenkreditgeschäft sollte allerdings auch durch Dritte möglich sein und eingehaltene Mindest-Standards durch ein Zertifikat kenntlich gemacht werden können. Eine Nutzung des Kriterienkatalogs für Zertifizierungszwecke erforderte jedoch eine im Vergleich zum Ursprungsentwurf weitergehende Konkretisierung der Prüfindikatoren und ein um systemische Aspekte aller fairnessrelevanten Prozesse erweitertes Prüfverfahren. Neben der TeamBank AG mit ihrem easy-

katalogs und Durchführung der Pilotierung integriert.

Definition eines systematischen Fairness-Managements

Fairness wird nur dann nachhaltig und umfassend in einem Kreditprodukt integriert sein, wenn der Anbieter diesen Aspekt systematisch steuert und alle diesbezüglichen internen wie nach extern wirkenden Prozesse auf diesen Aspekt ausrichtet. Damit kann Fairness als besonderer Qualitätsaspekt begriffen und mit den Prinzipien des Qualitätsmanagements

Fairness kann als besonderer Qualitätsaspekt begriffen und mit den Prinzipien des Qualitätsmanagements entwickelt, implementiert und auch überprüft werden.

Credit-Ratenkreditprodukt, welche die Studie aus Interesse an einer anspruchsvollen und aussagekräftigen Fairness-Zertifizierung gefördert hatte, wurde mit der DQS GmbH eine Zertifizierungsgesellschaft zur Erweiterung des Kriterien-

entwickelt, implementiert und auch überprüft werden. Es lag daher nahe, das Prozessmodell der internationalen Norm ISO 9001 zugrunde zu legen und auf das Management von Fairness im Konsumentenkreditgeschäft zu übertragen ► 2.

5						
Auszug Ergebnisblatt						
Produkt 1: (genaue Produktbezeichnung) Produktart:		Ratenkredit (fest verzinst)			Mindestpunkt- zahl erreicht? (J/N)	Erreichter Anteil an Gesamt- punktzahl
Nr.	Zeitphasen	Mögliche Gesamt- punktzahl	Davon 30% Mindest- punktzahl	Erreichte Punktzahl		
1	Werbung	87	26,1			0%
2	Vertragsschluss inkl. Fernabsatz	552	165,6			0%
3	Ablauf	189	56,7			0%
4	Beendigung	117	35,1			0%
5	Abwicklung	63	18,9			0%
Gesamtpunktzahl		1008		0		0%

Nr.	Pflichtkriterien	Bereich / Nr.	erfüllt (= 1)	nicht erfüllt (= 0)
1	Kreditberatung	V / 25		
2	Konditionen-anfrage / Schutz	V / 40		
3	Zinssatz < das Doppelte der SUD 130Z	V / 60		
...				

Auf Prozessebene wird Fairness durch ein Zusammenspiel verschiedener Steuerungsmechanismen erzeugt. Ein systematischer Umgang erfordert beispielsweise eine strategische Verankerung von Fairness im Unternehmen, die auch von den Mitarbeitern als kulturprägend erlebt wird. Nur vor diesem Hintergrund kann sich ein fairer Umgang mit dem Kunden, gerade in schwierigen Situationen, im gesamten Unternehmen entwickeln. Die strategische Fairnessverankerung bildet gleichzeitig die Grundlage für eine faire Produktentwicklung sowie für weitere Komponenten einer fairen Konsumentenkreditgestaltung ► 3. Es ist offensichtlich, dass diese Aspekte von Fairness nur teilweise die (im Bild hellblau hinterlegte) Sphäre des Kreditnehmers berühren und entsprechend auch nur in Ansätzen im Kriterienkatalog vertreten sind.

Zertifizierung eines Fairness-Managementsystems

Den Prüfkriterien liegen bestimmte Interpretationen von gesetzlichen Vorgaben und Abläufen der Konsumentenkreditprozesse zugrunde, die sich im originalen Kriterienkatalog naturgemäß nur verkürzt und teilweise wenig greifbar wiederfinden. Eine weiter konkretisierte Festlegung der Beurteilungsvorgaben war damit auch für fachlich versierte Auditoren unerlässlich. Neben einer eindeutigen Formulierung des Indikators, z. B. durch Festlegung einer zugrunde zu legenden Bundesbankstatistik, bedurfte es der Festlegung der für das jeweilige Kriterium anerkannten Prüfmethode sowie ggf. von fachlichen Anforderungen an die Auditoren wie juristische, bankspezifische und/oder volkswirtschaftliche Kenntnisse ► 4. Die anzuwendenden Prüfmethode wurden pro Einzelkriterium festgelegt und kombinieren die klassischen Verfahren der Systemprüfung (wie Auditinterviews, Stichprobenziehung und Einblicknahme in Vertragsunterlagen sowie Beratungs- und Abwicklungs-

dokumentation) mit Mystery-Shopping-Tests, die von einem weiteren unabhängigen Partner durchzuführen sind.

Für die Entscheidung über die Vergabe der Zertifikate wurde neben der Erfüllung

Jeder Zertifikatsinhaber muss die Einhaltung der geprüften und positiv attestierten Kriterien während der zweijährigen Laufzeit des Zertifikats sicherstellen.

aller für die jeweilige Kreditart erforderlichen Pflichtkriterien eine Bewertungslogik für die Kürkriterien mit Mindestpunktzahlen pro Zeitphase entwickelt ► 5.

Jeder Zertifikatsinhaber hat sich zu verpflichten, die Einhaltung der geprüften und positiv attestierten Kriterien während der zweijährigen Laufzeit des Zertifikats sicherzustellen. Studie und Kriterienkatalog werden nach maximal zwei Jahren auf Basis der fortschreitenden Entwicklung auf dem Kreditmarkt und zur Unterstützung der dynamischen Fortentwicklung der Anbieter hinsichtlich aller Kriterien überarbeitet und ergänzt. Nachfolgezertifizierungen sind möglich, unterliegen dann allerdings dem jeweils neuen und damit anspruchsvollen Standard.

Pilotverfahren bei der TeamBank AG

Das dreiwöchige Pilotverfahren umfasste neben der Zentrale der TeamBank AG in Nürnberg stichprobenhaft ausgewählte easyCredit-Shops sowie Partnerbanken in ganz Deutschland. Für das Institut für Finanzdienstleistungen e.V., Auditoren und die TeamBank bestand die besondere Herausforderung in der Übertragung der aus der Idee eines verbraucherorientierten Standardprozesses entstandenen Kriterien auf die im Audit vorgefundenen realen Bedingungen. Dies verlangte von allen Seiten ein tiefes Verständnis für den Kern der Anforderungen und eine gewisse Kreativität beim Auffinden möglicher Nachweise.

Das Pilotaudit konnte erfolgreich mit einer Zertifizierung für den easyCredit-Ratenkredit abgeschlossen werden, bei dem für die Kürkriterien ein deutlich über dem geforderten Schwellenwert liegendes Er-

gebnis erreicht wurde. Im Abschlussbericht wurde hervorgehoben, dass die Fairness bei der Vergabe von Ratenkrediten durch eine durchgängig faire Grundhaltung aller beteiligten Mitarbeiter getragen sowie durch etablierte, wesentlich IT-gestützte Prozesse systematisch sichergestellt wurde.

Fazit

Mit der Studie „Fairness und Verantwortung im Konsumentenkredit“ liegt erstmals öffentlich ein nachvollziehbarer, aus Verbraucherperspektive entwickelter Kriterienkatalog vor. Das darauf aufbauende Zertifizierungsverfahren ermöglicht eine systematische Einschätzung der Fairness eines Konsumentenkreditanbieters. Es bleibt zu hoffen, dass sich mehr Anbieter von Konsumentenkrediten diesem Verfahren unterwerfen und sich damit auch Transparenz und Verbraucherefreundlichkeit im Ratenkreditmarkt schrittweise erhöhen. Der Erfolg dieses Bewertungsprojekts ist von der freiwilligen Bereitschaft weiterer Banken abhängig, sich Fairness aus der Verbraucherperspektive erklären zu lassen. ■

Autorin: Dr. Patricia Adam ist Professorin für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere International Management, an der Hochschule Hannover und Lead-Auditorin mit dem Branchenschwerpunkt Finanzinstitute bei der DQS GmbH – Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen.