



Finanzdienstleistungsreferate der Verbraucher-
zentralen
Baden-Württemberg, Hamburg, Hessen, Meck-
lenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Sachsen,
Sachsen-Anhalt, Thüringen ,
Nachrichtlich: Arbeitsgemeinschaft der Verbrau-
cherverbände

18. Oktober 1995

IFF-Leistungen im Rahmen des Service-Vertrages

Infobrief 007/95

Presseerklärung zur Privatisierung der Postbank am 21.10.1995

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

der Schacher um die zu privatisierende Postbank AG sieht im Augenblick merkwürdige Inte-
ressengeflechte. Aus der Presse sind folgende Fakten zu entnehmen:

Die Gelbe Post (40% Anteil) möchte zusammen mit der Deutschen Bank (20%) und der Schweizer Rückerversicherungs AG (15%) die Postbank übernehmen und dafür 3,1 Mrd. DM zahlen. (zusammen 75% Anteil) Die Postbank (Aufsichtsrat und Management) sieht dies als feindliche Übernahme an und hat ein Gegenkonzept für 3 Mrd. DM (Übernahme mit anderen Banken (genannt werden Commerzbank oder Sparkassen, ausländische Häuser sowie Erwerb von 1,5 Mrd. DM Wert in Telekom-Aktien) vorgelegt, das tendenziell eine breite Streuung der Aktien vorsieht, die aktuelle „Geldgier“ (Steuerfehlschätzung) des Bundes befriedigt und die Umklammerung durch die Gelbe Post abwehren soll. Die Sparkassen verlangen eine Unterredung mit dem Postminister.

Postminister Bötsch möchte statt angebotener 3,1 Mrd. DM für den Bundeshaushalt 4,5 Mrd. DM haben. Er hat ein Gutachten in Auftrag gegeben, was die Postbank „wert“ ist. Was der Verkauf für die Verbraucher bedeutet und was sie für diese in der bisherigen Form „wert“ ist, darüber wird nicht einmal diskutiert.

Die Motive der Deutschen Bank werden im Dunklen gelassen. Zum einen kann sie die Postbank mit hohen Provisionen an die Börse bringen, zum anderen aus den Kursgewinnen nach einer dreijährigen Phase der Börsenreife weiteren Gewinn schlagen. Es wird aber auch gemutmaßt, daß sie entgegen ihren Beteuerungen, die 20% nur für 3 Jahre halten zu wollen,

wie vor allem Sparkassen und Großkunden (die hinter dem „Verband der Postbenutzer“ stehen, der in einem Brief an Bötsch von „Erpressung“ spricht) befürchten, damit den Einstieg ins Massengeschäft der mittleren Kundensegmente sucht.

Die Zukunft wird dabei im schalterlosen Geschäft gesehen. Für 1998 wird erwartet, daß 1/4 der Haushalte (10 Mio) Telefonbanking in Anspruch nimmt. Die Deutsche Bank hat hier ihre neue Telefonbank (24 Stunden Bank) plaziert. Die Postbank ist aber mit 700.000 Kunden Marktführer, wenn auch mit bescheidenem Angebot, gefolgt von Citibank. Außerdem hat sie mit recht hohen Gebühren von 2.- DM pro Überweisungsauftrag deutlich gemacht, daß hier der Kunde preisunsensibel ist. Dasselbe gilt für die weitere Dimension des BTX- und Home-Banking, wo die Postbank den größten Teil der gegenwärtigen Nutzer verzeichnet. Außerdem ist sie mit ihrer Schwester Telekom vorne im Mega-Card Geschäft, wo Internet und elektronische Medien ein neues Zeitalter andeuten. Dabei ist das Verlockende der Postbank, daß sie praktisch eine Bank ohne festes Filialnetz ist und damit bei dem Anstehen Filialsterben ohne großes Aufheben ihre Finanzdienstleistungen von nicht mehr lukrativen Postämtern ablösen und sich auf das Direktbankgeschäft konzentrieren kann. Zusammen würden Postbank und Deutsche Bank den größten elektronischen Home-Banking Konzern bilden, den Europa kennt. Die Postbank brauchte hierzu nicht mehr die gelbe Post, die Postschalter könnten geschlossen werden. Home-Banking ist deshalb ein gefährliches Instrument sozialer und regionaler Diskriminierung, wenn es nicht verantwortlich und langsam unter Analyse der sozialen Effekte entwickelt wird.

Klarer ist die Interessenlage der Post AG. Sie ist per Verfassung zum flächendeckenden Angebot und zur Versorgung verpflichtet (was bei der Postbank wohl „vergessen“ wurde, weshalb sie auch beim Mindestgirokonto eine Pflicht ablehnte) Ihre Pläne gehen dahin, in nächster Zeit etwa 7.500 kleinere Postämter privat betreiben zu lassen, 1,5 Mrd. DM in den Ausbau der Postschalter gerade bei Finanzdienstleistungen (Geldautomaten, besondere Schalter, die Versicherungen und Bausparverträge verkaufen etc) zu investieren und damit den Anteil der Kostendeckung der Finanzdienstleistungen in den Postämtern von derzeit 35% auf 50% zu steigern. Die Postbank will der Post AG im personalintensiven Schaltergeschäft jedoch nicht bedingungslos helfen. Sie verweigert eine Garantie für die bestehende Nutzung der Schalter. Seit 2 Jahren sind die Verhandlungen über die Nutzung ihrer Schalter durch die Schwester blockiert. Sie behauptet zwar, sie habe eine Kooperationsgarantie mit den Schaltern der gelben Post bis 2015 vorgelegt. Die Garantie, daß alle oder zumindest die überwiegende Zahl der Schalter zu einem angemessenen Preis von der Postbank genutzt werden, fehlt aus gutem Grund. Dies ist aber der Hauptpunkt der gelben Post, die damit auch auf dem Land und in strukturschwachen Stadtteilen eine Auslastung unlukrativer Stellen über Finanzdienstleistungen braucht, wobei der Vertrieb von Produkten anderer Finanzdienstleister durchaus denkbar wird. Sie rechnet vor, daß von den 17.000 Postämtern mit 40.000 Schalterbeamten bei entsprechender Kooperation 15.000 (nach einer anderen Zeitungsmeldung nur 10.000, nach einer weiteren Meldung allerdings davon 7.500 nur in privater Lizenz) überleben könnten. Ohne die Garantie würde praktisch die Hälfte (7.500) tendenziell geschlossen werden bzw. könnte nur staatlich bezuschußt aufrechterhalten werden. (Dies können nur die Länder und Gemeinden nach dem Vorbild der Privatisierung der Bundesbahn durch eigenes Engagement verhindern.)

1994 wurden bereits 900 Postämter geschlossen. Da z.Zt. die feindlichen Schwestern sich gegenseitig blockieren, sind auch weitere Zusatzgeschäfte am Schalter, die ein Erlöspotential von 1 Mrd. ausmachen würden (so die gelbe Post), nicht möglich, weil die Investitionen hierfür nicht vorgenommen werden können.

Die Absichten der gelben Post sind im Prinzip aus Verbrauchersicht unterstützenswert, was durch die vordergründige Stellungnahme des sogenannten Verbandes der Postbenutzer, d.h. der Großkunden, verschleiert wird. Ein flächendeckendes Angebot von Postschaltern ist notwendig. Auch Postspargbuch, Geldabhebung und Überweisung einschließlich der für Ältere und Behinderte wichtige persönliche Service vor Ort mit den verbraucherfreundlichen Öff-

nungszeiten gehören dazu. Wenn beides zusammen nur die Filialen erhält, dann ist die Sicherung des Zusammenhalts von gelber Post und Postbank sicherlich wichtig. Nur, ob die Gelbe Post hierzu der bessere Garant ist, ist fraglich. Sie hat sich merkwürdige Partner ausgesucht, deren Einfluß u.U. die 35% weit übersteigt, da die defizitäre Gelbe Post die 1,5 Mrd. DM wohl auch nicht aus Eigenmitteln sondern über Fremdmittel finanzieren muß, die sie wiederum abhängig machen. Weder Deutsche Bank noch Schweizer Rück sind im bisherigen Marktsegment der Postbank aktiv und können langfristig ein Interesse an einem unabhängigen schalterintensiven Konkurrenten haben. Sie müssen die Postbank auf jeden Fall rationalisieren. Seit 1991 wurden bereits bei einer Steigerung der Bilanzsumme von 76 auf 93 Mrd. DM fast 25% Personal abgebaut. Die weitere Rationalisierung der erstmals 1994 Gewinn abwerfenden Postbank würde beim Börsengang in drei Jahren die Aktien mit entsprechendem Wertzuwachs veräußerbar machen.

Was jedoch eher zu befürchten ist, sind Eigeninteressen. So könnte der Einfluß der größten Deutschen Bank auf die Postbank zur Strategie ins dritte Jahrtausend gehören, wo Banken ohne Schalter über Computer und Telefon angesteuert werden. Die Postbank ist nämlich ein merkwürdiger Zwitter: Sie hat (über die Gelbe Post) die meisten Filialen und die längsten Öffnungszeiten und die beste Flächendeckung aller Banken, gleichzeitig ist sie auch die am meisten zentralisierte Bank, die fast die Hälfte der Kunden im BTX- und Telefon-Banking zählt und ihr Geschäft in wenigen Großgebäuden zentralisiert hat, zudem über die alten Verbindungen zur Telekom im Zentrum der Telekommunikation steht. Zusammen mit dem Finanzdienstleistungspotential der Deutschen Bank wäre dies ein in der Zukunft kaum noch schlagbarer Monopolist in den neuen Sparten des Discount-, Direkt- und Homebanking.

Merkwürdigerweise deuten die Pläne der Postbank AG gerade in diese Richtung, nur auf anderem Wege. Sie möchte von der lästigen Pflicht, die Schalter der gelben Post zu stützen, befreit werden, und ein komplettes Universalbankangebot vor allem im Direktgeschäft anbieten. Natürlich möchte sie dabei möglichst unabhängig schalten und walten können. Sie drückt daher selber auf eine Privatisierung, auch wenn ihr vorheriger Erfolg gerade darauf beruhte, daß die Post anders war.

Sie sucht jetzt, wie sie selber sagt, Dienstleistungspartner bei Bausparen, Lebensversicherung, Hypothekenkredit sowie im Wertpapiergeschäft, um unsere Großbanken um eine weitere Großbank zu verstärken, die im Universalbankengeschäft dank ihrer hohen Konzentration und dem Vorsprung bei der Wegrationalisierung von Filialen (sie hat kaum eigene) sich gerade um die lukrativen Kunden bemühen wird. Die Luxemburger Niederlassung gibt es schon. Investment Fonds, die Schalter für die gehobene Kundschaft und das Kreditkartengeschäft für Vips werden bald folgen.

Deshalb will sich die Postbank von der allzu engen Verbindung mit der durch das Flächendeckungsprinzip angebondenen gelben Post frei machen. Ihr Chef will zeigen, daß er es besser kann. Man darf dies allerdings auch volkswirtschaftlich bezweifeln, weil das Risiko in dem internationalisierten Markt erheblich ist.

Die Postbank möchte dabei ihre Eigner (frühzeitiger Gang an die Börse) klein halten, damit sie wie bisher (jetzt beaufsichtigt sie allein der Postminister, der wohl einen Aufsichtsrat bestellt hat, der dem Vorstand genehm ist) Freiheit behält.

Verbraucherorganisationen haben zudem seit der Umwandlung in privatrechtliche Strukturen mitbekommen, daß die Postbank ihre neuen Freiheiten häufig zu Ungunsten der Verbraucher genutzt hat:

- Einstellen der kostenlosen Kontoauszüge
- Anziehen der Kontogebühren
- verschärfte Haftung bei EC-Karten (Leugnung der 10%-Haftungsgrenze)

- Verweigerung von Mindestgirokonten für sozial Schwache und Ablehnung einer Pflicht
- überhastete Einführung neuer Produkte mit einem Service, der mit den ganzen Neuerungen insbesondere im BTX-Banking gar nicht mitkam. (Laufende Funktionsstörungen, unaufgeforderte Einbeziehung in neue Dienstleistungen etc)

Zusammenfassend läßt sich sagen:

- Der Bund will nur so viel Geld wie möglich erlösen, die Länder und Gemeinden rühren sich nicht. Eine soziale Funktions(erhaltungs)analyse erfolgt nicht.
- Die Großkunden wollen zusammen mit der Postbank selber die Postbank zur Telebank mit Niedriggebühren machen
- Die anderen Banken am Markt sehen genau in dieser Funktion auch ihre Stärke
- Die gelbe Post will Geld von der Postbank, hat aber kein Konzept für die Bank selber, wobei sie sich noch der falschen Helfer bedient
- Die Postbank als einerseits moderne, kostendeckende andererseits aber auch soziale, flächendeckende und problemorientierte „öffentliche“ Einrichtung wird z.Zt. von niemandem im Konzert verteidigt.

Die Verbraucherverbände sind dringend aufgerufen, in diesem merkwürdigen Konzert ihre Stimme geltend zu machen. Daher im folgenden den Entwurf eines offenen Briefes an Postminister Bötsch, der in dieser Form oder geändert entweder, wie bei Citibank Bahncard von allen abgestimmt oder dezentral am Mittwoch, den 26.10.1996 abgeschickt werden könnte. Es sollte dezentral der Presse übergeben werden, wenn dabei noch auf die Bedeutung der Postbank in den jeweiligen Bundesländern eingegangen werden könnte:

Offener Brief an Postminister W. Bötsch

Sehr geehrter Herr Minister,

mit Sorge verfolgen die Unterzeichnenden die aktuelle Diskussion um den Verkauf der von der Bundesrepublik Deutschland gehaltenen Anteile an der Postbank AG.

Dabei kann der Eindruck entstehen, als ob die Interessen der Verbraucher und privaten Kunden der Postbank im augenblicklichen Szenario der Postbankprivatisierung keine Rolle spielen. Die Regierung erweckt den Anschein, als ob nur das Geld, was man aus dem Verkauf Erlösen kann, zählt. Die interessierten Investoren, allesamt bisherige Konkurrenten der Postbank, können mit dem Engagement die Konkurrenz in einem ohnehin vermachteten Markt weiter verringern und die lukrativsten Teile übernehmen oder an der Privatisierung verdienen. Die Postbank selber scheint ihre traditionelle Rolle einer flächendeckenden, sozial ausgleichenden und mit hohem Vertrauen gerade breiter Bevölkerungskreise besetzten Institution zugunsten einer Option für eine weitere Großbank vor allem im Direktkundengeschäft aufgeben zu wollen.

Dabei sind Verbraucher und Kunden im eigentlichen Zentrum dieser Privatisierung. Sie machen den eigentlichen Wert aus.

- 4,6 Millionen Girokonten
- 700.000 Telefonkunden (von geschätzten 2,5 Mio.)
- 357.000 BTX-Kunden (von geschätzten knapp 1 Mio.)
- 53 Mrd. DM Einlagen
- Vertrauensvorschuß und regionale Verankerung

Die Interessen der Verbraucher sind aber nicht nur in Geld ausdrückbar. Daher ist es befremdlich, daß von Ihrem Hause zwar ein Wertgutachten aber keine Funktionsanalyse in Auftrag gegeben wurde. Die Auswirkungen auf den Bestand der Postämter und des bisherigen Service werden nicht thematisiert und von den Übernehmern wird kein Konzept für die Aufrechterhaltung der ehemals öffentlichen Funktionen der Postbank verlangt. Die Ablehnung eines Mindestgirokontos für sozial Schwache ausgerechnet durch die Postbank hat im letzten Jahr bereits schlagartig verdeutlicht, wo die Privatisierung der Postbank hinführen kann. Die Abnahme der Konten um 500.000 in den letzten drei Jahren bei Steigerung der Giroeinlagen deutet ebenfalls in diese Richtung.

Die Interessen der Verbraucher lassen sich dabei wie folgt skizzieren:

- Die Postbank war und ist über die Postschalter noch flächendeckend vorhanden, diskriminiert längst nicht so gegenüber schwächeren Regionen wie viele Privatbanken
- Sie führte bisher auf Grund des Kreditierungsverbotes und der Gebührenfreiheit viele Girokonten gerade auch der ärmeren Bevölkerung,
- Bei der traditionellen Post konnte man zwar bisher nicht viel gewinnen, aber dafür auch nicht viel verlieren, was angesichts der Probleme im Privatbankensektor für viele segensreich war. Sie war eine Bank der kleinen Leute mit geringem Finanzdienstleistungsbedarf, die sparen aber nicht anlegen, die zahlen aber nicht jonglieren.
- Die Postbank hat über die gelbe Post die kundenfreundlichen Öffnungszeiten am Samstag vormittag sowie nachmittags bis 18.00 Uhr. Sie zwingt dank der Kooperation mit der gelben Post ihre Kunden bisher nicht in das schalterlose Geschäft, was älteren und weniger gebildeten Personen zugutekommt, die für ihre Bankgeschäfte auf persönliche Bedienung eher angewiesen sind.

- Das Postspargbuch war ein international einsetzbares günstigstes Geldsammelmedium und in der Zinsgestaltung oft fairer als das Spargbuch bei Banken und Sparkassen, die die lukrativen Kunden ins Festgeld oder in andere Anlagen lockten und die Spargbuchsparer dann mit 2% bedienten.
- Die Postbank ist über die Schalter der gelben Post in Wohngebieten und auf dem Lande präsent mit Personal, das im Umgang mit einfachen Kunden geschult ist.
- Die Postbank garantierte mit dem Bestand einer Vielzahl von Postämtern der gelben Post

Alle diese Funktionen sind nach den vorliegenden Konzepten der neuen Postbank gefährdet. Da auch der Druck auf die Sparkassen, die vor allem bei den kleineren Instituten den anderen Teil öffentlicher Verantwortung trugen und tragen, zur Privatisierung und zum Rückzug aus der Verantwortung ebenso groß ist (nur daß hier einige Kommunen hierüber ihren Haushalt sanieren wollen), werden die Sparkassen den sozialen Funktionsverlust der Postbank nicht kompensieren können..

Bei der Privatisierung der Postbank geht es um die Veräußerung eines öffentlichen Gutes. Die Konzentration auf den Erlös ist dabei schon merkwürdig, weil die Bilanz des Bundes sich doch nicht verbessert, wenn er sein Vermögen verkauft und u.U. noch zusätzlich hinterher die damit aufgegebenen Funktionen auf andere Weise finanzieren muß.

Die unterzeichnenden Verbraucherverbände fordern, daß

- eine Funktionsanalyse vorgelegt wird, die die Prinzipien flächendeckender Versorgung mit Finanzdienstleistungen vor und nach Privatisierung durch die Postbank überprüft und die Auswirkungen auf die Brief- und Paketpost deutlich macht,
- die sozialen Aufgaben der Postbank festgestellt und die Kosten für Öffentlichkeit und Gesellschaft nach ihrem Wegfall beziffert werden. (1 Mrd. mehr Verkaufserlös könnte in den Gemeindehaushalten 3 Mrd. DM mehr für Daseinsvorsorge oder zur Aufrechterhaltung nicht mehr kostendeckender Postversorgung bedeuten.)
- in einem Beratungsausschuß beim Postminister alle Interessenten, insbesondere auch die Verbraucherverbände vertreten sind, um über die Privatisierung, ihre Möglichkeiten zur Wahrung öffentlicher Funktionen sowie über alternative Modelle zu diskutieren,
- der bisherige Eigner in die Satzung der Postbank öffentliche Funktionsverpflichtungen aufnimmt, die die neuen Eigner vertraglich übernehmen sollten und die nur mit entsprechender Öffentlichkeitswirkung aufgegeben werden können. Dabei sind Verpflichtungen etwa zum Mindestgirokonto ebenso wie zur Präsenz und zum Angebot einzubeziehen.
- Zu den bestehenden rein finanziellen Modellen der Privatisierung sollten weitere Möglichkeiten wie z.B. das Modell der Privatisierung der Volkswagen AG und die Fortsetzung eines über Mehrfachstimmrechte gesicherten öffentlichen Einflusses bei breiter Streuung der Aktien und ihrer Nutzung zur Vermögensbildung für untere Einkommen geprüft werden.

Privatisierung von öffentlichen Anbietern marktgängiger Leistungen kann grundsätzlich ein geeignetes Mittel sein, um Leistungsfähigkeit zu steigern, Wettbewerb zu fördern, eine bessere Versorgung und billigere Preise zu ermöglichen. Die Erfahrung lehrt aber, daß Privatisierung auch dazu führen kann, daß Unternehmen mit öffentlichem Auftrag sich hiervon verabschieden. Daß das mit öffentlichen Geldern aufgebaute System öffentlicher Versorgung im Postbereich an Akteure wie z.B. die Deutsche Bank, die sich bisher etwa beim Mindestgirokonto für sozial Schwache sowie in der Investitionspolitik in den Neuen Bundesländern nicht gerade besonders zu öffentlicher und sozialer Verantwortung bekannt haben und zudem bereits eine marktdominierende Stellung haben, meistbietend versteigert wird, muß mit allen Beteiligten, nicht nur den Konkurrenten, diskutiert werden.