

Die Sparkassen und das Retail banking

von Andreas Völter

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 52.581.....
Abstell-Nr.: A5/723.....
.....
.....
003B1098.....

Deutscher Sparkassen Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Teil A Einleitung	17
Teil B Geschichte der Sparkassen	23
1 Die Zeit der Gründung bis zum Ende des Kaiserreiches	25
2 Die Jahre der Weimarer Republik sowie das Dritte Reich	28
3 Die Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg	30
Teil C Wesen der Sparkassen	33
1 Rechtsgrundlagen und Rechtsnatur	35
2 Kommunale Bindung	37
2.1 Anstaltslast	37
2.2 Gewährträgerhaftung	37
2.3 Regionalprinzip	38
3 Öffentlicher Auftrag	40
4 Wirtschaftsunternehmen	41
5 Dezentrale Struktur	43
Teil D Der öffentliche Auftrag	45
1 Begriff	47

2	Geschichtliche Entwicklung	50
2.1	Die Wurzeln	50
2.2	Das Zeitalter der Industrialisierung und die Jahre bis 1933	51
2.3	Nach 1945 bis in die 60er Jahre	52
3	Inhalt	54
3.1	Gemeinnützigkeit	54
3.2	Aufgaben der Sparkassen	54
3.2.1	Gewährleistungsfunktion	55
3.2.1.1	Inhalt	55
3.2.1.2	Kontrahierungszwang	55
3.2.1.3	Vergleich mit anderen Kreditinstitutsgruppen	57
3.2.2	Wettbewerbsgarantiefunktion und Innovation	58
3.2.3	Strukturpolitik	60
3.2.4	Vermögensbildung, Wirtschaftserziehung und Schuldnerberatung	62
3.2.5	Hausbank und Beratung für die Kommunen	63
3.2.6	Stabilisierung	64
3.3	Grenzen der Gemeinnützigkeit	66
4	Fazit und kritische Würdigung	67
Teil E Die Verpflichtung zur flächendeckenden Versorgung		69
1	Rechtspflicht	71
2	Wirtschaftlichkeitsgrundsatz	73
3	Begriff der Zweigstelle	74
3.1	Definition nach KWG	74
3.2	Definition nach Sparkassenrecht	74
4	Versorgung mit Finanzdienstleistungen – qualitative Betrachtung	76
5	Versorgung in der Fläche – quantitative Betrachtung	79
5.1	Flächendeckende Versorgung und Bedarf der Bevölkerung	79
5.2	Versorgung und zumutbare Reichweite	81
5.2.1	Analogien aus der Raumplanung/Raumordnungspolitik	81
5.2.1.1	Zentrale-Orte-Konzept	82
5.2.1.2	Umsetzung für Sparkassen	86
5.2.2	Analogien aus dem Infrastrukturauftrag der Post	87

5.2.2.1	Postalische Infrastrukturverpflichtung	87
5.2.2.2	Umsetzung für Sparkassen	89
6	Verpflichtung und Versorgung durch Konkurrenzinstitute?	91
7	Schlußfolgerung und Zusammenfassung	92

Teil F Erfüllen Sparkassen die Verpflichtung der flächendeckenden Versorgung? 95

1	Entwicklung und Struktur der Bankstellen in der Bundesrepublik	97
2	Bankstellendichte	101
3	Folgerungen aus dem Konzept der »Zentralen Orte«	103
3.1	Klassifizierung der Gemeinden entsprechend dem Zentralitätsgrad (geographischer Hintergrund)	103
3.2	Bankgruppenspezifische Aufteilung der stationären Bankstellen auf die Gemeinden nach ihrem Zentralitätsgrad	105
3.2.1	Stationäre Bankstellen	105
3.2.1.1	Sparkassen	106
3.2.1.2	Kreditgenossenschaften	107
3.2.1.3	Postbank AG	108
3.2.1.4	Kreditbanken	109
3.2.2	Stand-alone-Geldausgabeautomaten	110
3.2.2.1	Sparkassen	110
3.2.2.2	Kreditgenossenschaften	111
3.2.2.3	Postbank AG	111
3.2.2.4	Kreditbanken	112
3.3	Die Versorgung der Unterzentren, Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung mit stationären Bankstellen (ohne GAA)	112
3.3.1	Unterzentren	112
3.3.2	Kleinzentren	113
3.3.3	Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung	114
3.3.4	Die drei unteren Gemeindeebenen in der Gesamtschau	115
3.3.5	Beispielfall Schwäbisch Hall-Crailsheim	115

4	Vergleich mit dem stationären Netz der Deutschen Post AG	119
4.1	Die flächendeckende (postalische) Versorgung durch die Post AG	119
4.2	Die flächendeckende kreditwirtschaftliche Versorgung durch Sparkassen	121
4.3	Beispielfall Schwäbisch Hall-Crailsheim	122
5	Fazit	123
Teil G	Verändert sich der öffentliche Auftrag mit neuen Rahmenbedingungen des Marktes?	127
1	Strukturveränderungen im Kreditgewerbe	129
2	Änderungen am Markt	130
2.1	Vertriebswege: stationär – mobil – über Telekommunikation	130
2.1.1	Überblick	130
2.1.2	Stationärer Vertrieb	132
2.1.3	Neue Kommunikationswege/Tele-Banking	135
2.1.4	Mobiler Vertrieb	137
2.1.5	Ersetzen künftig die neuen Vertriebswege die alten?	137
2.2	Neue Zahlungssysteme	140
2.3	Wettbewerber	140
2.4	Produkte und Preise	142
2.5	Verbraucher- und Kundenverhalten	143
2.5.1	Änderungen des allgemeinen Verbraucherverhaltens	143
2.5.2	Änderung des Verhaltens der Bankkunden	146
2.6	Globale Finanzmärkte/Europäische Währungsunion	149
3	Die Entwicklung der Betriebsergebnisse und Gewinne	150
4	Änderung der Rahmenbedingungen des öffentlichen Auftrags und die Verpflichtung, ein flächendeckendes Zweigstellennetz zu unterhalten	153
4.1	Flächendeckendes Zweigstellennetz versus Marktbedingungen	153
4.2	Flächendeckendes Zweigstellennetz versus Wirtschaftlichkeitsgrundsatz	155
5	Grundgedanken für eine Optimierung des Zweigstellennetzes	158

6	Grundgedanken für eine Konkretisierung des öffentlichen Auftrags	160
Teil H	Zusammenfassung	163
	Literaturverzeichnis	169
	Interviews	179