

Die neue Spezialstudie: „Ratenkredite 2012“

Trotz steigender Konjunkturrisiken und der weiteren Verschärfung der Schuldenkrise sehen die Deutschen positiv in die Zukunft. Und die Bereitschaft der Verbraucher, größere Anschaffungen zu tätigen, ist den aktuellen Umfragen zufolge immer noch sehr hoch. Alles in allem haben die privaten Konsumausgaben im Jahresdurchschnitt 2011 um 3,7 Prozent zugenommen.

Trotz steigender Konjunkturrisiken und der weiteren Verschärfung der Schuldenkrise sehen die Deutschen positiv in die Zukunft. Und die Bereitschaft der Verbraucher, größere Anschaffungen zu tätigen, ist den aktuellen Umfragen zufolge immer noch sehr hoch. Alles in allem haben die privaten Konsumausgaben im Jahresdurchschnitt 2011 um 3,7 Prozent zugenommen. Im Jahr 2012 wird der private Konsum verhalten expandieren, so die Aussagen der Experten von bbw Marketing Dr. Vossen. Allerdings tendieren die Verbraucher vor dem Hintergrund der verschärften Finanzkrise dazu, eher werthaltige Anschaffungen zu tätigen als ihre finanziellen Mittel gegen historisch niedrige Zinsen auf die hohe Kante zu legen.

Damit der Konsum seine ihm aktuell zgedachte Funktion als Konjunkturstütze auch erfüllen kann, ist es allerdings unbedingt erforderlich, dass die Bürger wieder mehr Vertrauen in die politischen Entscheidungsträger gewinnen, die die Krise lösen müssen.

Der Umgang mit Geld ist für private Haushalte in Deutschland jedoch zunehmend schwierig geworden. Der Konsum gewinnt grundsätzlich an Bedeutung, das Warenangebot und die Vielfalt an Dienstleistungen steigen, Finanzprodukte und finanzielle Dienstleistungen werden zahlreicher und sind häufig unnötig kompliziert. Andererseits wird der Druck erhöht, die Finanzen im eigenen Haushalt vorausschauend und nachhaltig erfolgreich zu managen, nicht zuletzt aufgrund der Notwendigkeit einer privaten Vorsorge für das Leben nach der Erwerbstätigkeit. Insofern wird bei aller Konsumneigung in Deutschland bei kleineren Anschaffungen nur verhalten auf Pump gekauft.

Nur etwa 14 bis 15 % der Bevölkerung finanzieren kleinere Anschaffungen hin und wieder durch Ratenzahlungen. Und sollte einmal ein höherer Kredit erforderlich werden, dann besteht eher der Wunsch zur langfristigen Verschuldung. Dieser Wunsch wird weniger durch den Zinssatz gesteuert als vielmehr von der Absicht bestimmt, die Liquiditätsbelastung der Haushaltskasse möglichst niedrig zu halten. Das wiederum spricht für den Ratenkredit, der fast nach Belieben gestreckt werden kann und inzwischen deutlich mehr als die Hälfte aller Konsumentenkredite ausmacht.

Heute kann sogar von einer regelrechten Renaissance der Ratenkredite gesprochen werden, wenn auch mit erheblichen Strukturverschiebungen. Der direkte Ratenkredit, den der Kreditnehmer ohne Zwischenschaltung von Händlern bei der Bank aufnimmt, hat gegenüber vermittelten Ratenkrediten und finanzierten Abzahlungsgeschäften stark an Boden gewonnen.

Höherwertige Konsumgüter werden am häufigsten per Ratenkredit finanziert. Rund 27 Prozent der Haushalte nutzten im Jahr 2010 einen solchen Kredit, den sie entweder in einer Bankfiliale, beim Händler oder im Internet abgeschlossen haben und für den sie monatlich im Schnitt Raten in Höhe von 261 Euro zurückzahlen.

Gewinner dieser Entwicklung sind die Regionalbanken und die sonstigen Kreditbanken, die Zweigstellen ausländischer Institute und die Kreditgenossenschaften. Dagegen sanken leicht die Kreditbestände bei den Großbanken und Sparkassen, ebenso wie auch bei den übrigen Banken.

Kredite sind allerdings nicht in allen Bevölkerungsschichten beliebt. Gegen eine Aufnahme von Krediten sprechen sich überwiegend die Angehörigen der untersten und der höchsten Einkommensgruppen aus. Die einen können nicht, die anderen wollen nicht. Wer also das Verhalten der Menschen in Gelddingen verstehen will, muss sich auch mit der Grundeinstellung der Menschen zum Sparen auseinandersetzen. Erst dann, wenn die eigene Lebenssituation die Aufnahme eines Kredits unvermeidlich oder unproblematisch macht, werden die Berührungspunkte spürbar geringer.

Die Voraussetzungen für weiteres Wachstum am Ratenkreditmarkt sind laut bbw Experten in den nächsten Jahren jedoch gut: Der Arbeitsmarkt ist robust, die Einkommen steigen, die Haushaltsgründungen nehmen weiter zu, das Preisklima ist günstig und die Zinsen niedrig. Nach bbw-Berechnungen auf Basis der Bankenstatistik der Deutschen Bundesbank konnten Ratenkredite in den vergangenen Jahren stets Wachstumsraten erzielen. Für den Zeitraum zwischen 2006 und 2011 erhöhte sich der Kreditbestand mit einer Wachstumsrate von 14 Prozent. Für die kommenden Jahre zwischen 2011 und 2016 ist nach der eigenen Prognosen mit einer Wachstumsrate des Ratenkreditbestandes von 16,2 Prozent zu rechnen. So wird das Volumen an Ratenkrediten bis 2016 auf einen neuen Höchstwert von dann rund 173,1 Milliarden Euro steigen. Und immer mehr spricht dafür, dass Banken sich nicht länger den Erträgen aus dem Massengeschäft mit Verbraucherkrediten entziehen können. Damit verbunden sind bis 2016 auch leichte Marktanteilsveränderungen.

Die Regionalbanken und sonstigen Kreditbanken werden bis 2016 mit einem Anteil von etwa 44 Prozent ihre Spitzenposition behaupten können. Auf dem zweiten Rang werden mit einem leichten Rückgang wie bisher die Sparkassen liegen. Kaum ändern wird sich der Marktanteil bei den Kreditgenossenschaften, der auch im Jahr 2016 mit knapp 18 Prozent auf einem etwa unverändert hohen Niveau liegen wird.

Kontakt:

bbw Marketing
Dr. Vossen & Partner
Liebigstrasse 23
41464 Neuss

Tel.: 02131 / 2989722
Fax: 02131 / 2989721
E-mail: vossen@bbwmarketing.de
Webseite: www.bbwwmarketing.de

