



Presseinformationen

60 Jahre Bankenfachverband - Kredite für Konsum und Investitionen

Berlin, 9. September 2009. Der Bankenfachverband feiert heute sein 60-jähriges Bestehen als Interessenvertretung der auf Finanzierung spezialisierten Kreditbanken. Der am 9. September 1949 in Düsseldorf gegründete Verband war der erste überregionale Bankenverband in Deutschland nach Kriegsende. Ausgewiesenes Ziel seiner 14 Gründungsmitglieder war es, den privaten Wiederaufbau zu finanzieren. Wie die heutigen Mikro-Kredite in Entwicklungsländern halfen Darlehen den Deutschen nach dem Krieg, sich ihre Existenz neu zu schaffen. Dabei waren damals längst nicht alle Bankengruppen vom „Kauf auf Pump“ überzeugt. Erst Ende der 50er Jahre anerkannten Sparkassen und Großbanken den volkswirtschaftlichen Nutzen des Konsumkredits sowie seine Ertragschancen und stiegen in das Geschäft ein. Heute verfügen alle drei Säulen des Bankensystems über spezialisierte Kreditinstitute, die alle im Bankenfachverband organisiert sind.

„Der Kredit ist bei den Konsumenten längst salonfähig geworden,“ sagt Gerd Schumeckers, Vorstandsvorsitzender des Bankenfachverbandes. „Auch heute noch kann und will nicht jeder Verbraucher sein Auto oder die neue Waschmaschine bar bezahlen.“ Etwa jeder zweite private Neuwagen ist finanziert. Der Verband umfasst heute 57 Banken als ordentliche Mitglieder und 43 Banken-Dienstleister als assoziierte Mitglieder. Die Kreditbanken repräsentieren 45 Prozent des Marktes für Konsumfinanzierung und haben mehr als 108 Milliarden Euro an Unternehmen und Verbraucher ausgeliehen. „Kredit ist gerade auch in Krisenzeiten notwendig, um die Wirtschaft in Gang zu halten“, so Schumeckers weiter.

Absatzförderung durch Kredit

Die Notwendigkeit, den eigenen Absatz durch Ratenzahlungen zu erhöhen, erkannte der Handel bereits Anfang des 19. Jahrhunderts in den USA mit dem Vertrieb von Serienmöbeln. 1910 begann hier der Verkauf von Autos per Kredit in großem Stil. Pionier auf dem deutschen Markt war die Firma Singer, die im Jahr 1888 zwei Drittel der Jahresproduktion an Nähmaschinen auf Abzahlung verkauft hat. Im Nachkriegs-Deutschland wurden aber vor allem Textilien finanziert. Eine historische Werbeanzeige titelt: „Was nutzt ein Wintermantel, wenn man ihn erst im Frühjahr kaufen kann!“. Während vor 60 Jahren mit knapp 30 Prozent die Mehrzahl der Kredite für Bekleidung und Heimtextilien gewährt wurden, steht heute das Kraftfahrzeug mit einem Anteil von rund 50 Prozent an der Spitze der Finanzierungsgüter.

Vom Warenkreditscheck zum Online-Kredit

Nicht nur finanzierte Produkte, auch Geschäftsprozesse haben sich im Laufe der Zeit gewandelt. Wer Anfang der 50er Jahre beispielsweise ein Fahrrad finanzieren wollte, musste zunächst zur Bank, um einen Kredit zu beantragen. Dort erhielt er einen Kreditscheck, mit dem er im Fahrradgeschäft bezahlen konnte. Heute erhalten die Kunden ihre Kreditentscheidung direkt im Einzelhandel innerhalb weniger Sekunden. Damit werden die Kreditbanken den wachsenden Ansprüche der Konsumenten gerecht. Sie sind überall dort präsent, wo Finanzierungsbedarf besteht, ob im Einzelhandel oder verstärkt auch im Internet. Rund sechs Prozent ihrer Konsumkredite vergeben die Kreditbanken heute online, Tendenz steigend.

Erfahrung in der Kreditvergabe

Die Kreditbanken können auf bis zu 60 Jahre Know-how bei der Vergabe von Krediten an Unternehmen und Verbraucher zurückblicken. Eine einzelne Bank trifft dabei bis zu 10.000 Kreditentscheidungen pro Tag. Bereits damals verwendeten die Kreditbanken Scoring-Verfahren, um die Bonität der Verbraucher gewissenhaft zu prüfen. Aus einem einfachen Punktwertungssystem, bei dem Kriterien wie



Beschäftigungsdauer bewertet und zu einem Gesamtwert addiert wurden, sind im Laufe der Zeit hochgradig automatisierte Systeme gewachsen, die auf jahrzehntelanger Erfahrung basieren und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Die heutigen Scoring-Verfahren werden hohen Datenschutzanforderungen gerecht und garantieren eine schnelle und faire Kreditvergabe.

Kontakt

Stephan Moll

Bankenfachverband

Referatsleiter Markt und PR

Tel. +49 30 2462596-14

[Nachricht senden](#)