

Was ist Social Banking?



Die im Netz regelmäßig aktiven Menschen möchten darüber Bescheid wissen, was die Banken oder der Staat mit dem Geld seiner Bürger anfängt. Mehr noch: Die Nutzer organisieren über finanzielle Netzwerke alternative kleine Finanzinseln zum traditionellen Bankwesen, die sich mittlerweile zu einem größeren Mosaik formieren.

Von Lothar Lochmaier

Der heutige Begriff ‚Bank‘ verdankt die ersten Umriss seiner sozialen Organisationsform tatsächlich einer physischen Bank. Genauer gesagt handelte es sich dabei um einen Tisch (italienisch: Banchi). Italienische Händler im mittelalterlichen Venedig und Genua wickelten im 13. Jahrhundert ihre Geschäfte im Freien auf Sitzbänken ab, auf denen sie mit unzähligen Münzen und Währungen jonglierten. Die damals führenden Bankiersfamilien wie die Medici oder die Strozzi widmeten sich aber nicht nur dem Warengeschäft, sondern beschäftigten sich bereits damals mit dem weit lukrativeren Kredit- und Wechselgeschäft.

Es war der allorts grassierende „Zinswucher“, der ein soziales Gegengewicht erforderlich machte, damit Unruhen nicht um sich griffen. Dazu gründete sich in Perugia im Jahre 1472 der erste historische Vorläufer einer institutionalisier-

ten Form von Social Banking, die Monte di Pietà, übersetzt: ‚Berg der Barmherzigkeit‘. Im Volkstümlichen wurde sie nur „der Berg“ genannt. Die Kernaufgabe der von Franziskanermönchen geprägten Monte di Pietà bestand in der Funktion als Leihhaus, um arme und bedürftige Personen finanziell zu unterstützen. Etliche weitere Institute, die jedoch voneinander unabhängig agierten, folgten in anderen italienischen Städten.

Älteste Bank Europas ist eine „Sozialbank“

Den dem Gemeinwohl verpflichteten „Social Banks“ kam jenseits einer von Spekulation und Geldgier geprägten Geisteshaltung schon damals die Aufgabe zu, soziale Spannungen zu vermindern, also in einer vom Recht des Stärkeren geprägten Gesellschaft den Gegensatz zwischen Arm

und Reich zumindest etwas abzumildern. Mit ihrer Organisation „der Berg“, der eine Zufluchtsstätte für viele Ausweglose darstellte, bot die im 13. Jahrhundert gegründete römisch-katholische Ordensgemeinschaft einer großen Bevölkerungsschicht von Bedürftigen immerhin die Chance, gegen Verpfändung eines Wertgegenstandes ein Darlehen zu fairen Bedingungen zu erhalten.

Die damalige „Gründungsbank“, die Monte di Pietà in Siena, stellt übrigens die heute noch existente älteste Bank in der westlichen Welt dar. Verändert hat sich der offizielle Name, der Banca Monte dei Paschi di Siena lautet. Aktuell widmet sich das italienische Geldinstitut in rund 1.900 Filialen nicht nur dem Privatkundengeschäft, es finanziert auch kleine und mittelständische Unternehmen. Soweit einige historische Parallelen. Kann es jedoch überhaupt ein realistisches Ziel sein, das moderne Bankwesen westlicher Prägung an ökologischen und sozialen Kriterien sowie an den Bedürfnissen der „Realökonomie“ und der Arbeitsproduktivität auszurichten, jenseits von exzessiven spekulativen Tendenzen, von denen einige exklusive Spieler im Übermaß profitieren?

Einerseits scheint es keine plausible Antwort mit Blick auf ein nachhaltig orientiertes Finanzwesen zu geben. Das Grundprinzip der Armenfürsorge bildet auch Jahrhunderte später noch die Richtschnur für die erste öffentliche Erscheinungsform von Social Banking. Die Wurzeln der heute in vielfältiger Form sichtbaren nachhaltigen Bankdienstleistungen – einschließlich der Wortschöpfung „Social Bank“, sie gehen zurück auf die Vereinigten Staaten von Amerika.

Der Rechtssoziologe Udo Reifner definiert die Kernfunktion von Social Banking nicht darin, die große Revolution im Bankwesen einzuleiten: [...] „Nach allzu lang und fruchtlos geführten Prinzipienstreitereien über die Vereinbarkeit von Gewinnprinzip und Solidarität, privater Wirtschaft und sozialem Verbraucherschutz, Eigenverantwortung und Fürsorgepflicht etc. geht es dem ‚Social Banking‘ um eine fallbezogene pragmatische Herangehensweise ohne den Anspruch darauf, globale Lösungsansätze zu liefern oder bestehende Konzepte etwa staatlicher Programme abzulösen. Im Grunde geht es also um eine soziale Beweglichkeit in der alltäglichen Praxis einer Bank.“ [...]¹

1 Udo Reifner: Social Banking – Ansätze und Erfahrungen über die Integration sozialer Zielsetzungen in privatwirtschaftliche Finanzdienstleistungen. In: Schuster, L (Hrsg): Die gesellschaftliche Verantwortung von Banken, Erich Schmidt, Berlin 1997.

Moderne Geburtsstunde: „Community Reinvestment Act“

Social Banking stellt somit die betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Bankgeschäftes nicht infrage, sondern erweitert diese um den sozialen Aspekt, jedoch unter Einbeziehung einer marktüblichen Rendite für das eingesetzte Kapital. Als historischen Ursprung in den USA sieht Reifner den „Community Reinvestment Act“, der von der damaligen Regierung unter Jimmy Carter im Jahre 1977 verabschiedet worden war. Das Ziel von Social Banking besteht laut Reifner darin, Finanzdienstleistungen zu entwickeln und zu verbessern, damit sich auf eine gewinnbringende Art und Weise die wirtschaftlichen Strukturen von benachteiligten Gebieten, Gruppen und Wirtschaftsbereichen erhalten und fördern lassen. Man kann also sagen, dass moderne Spielarten von Social Banking ausgehend vom 20. Jahrhundert das Ziel verfolgen, mit Hilfe von staatlichen Anreizen, Programmen oder Stiftergeld unterschiedlicher Herkunft dazu beitragen sollen, die Kluft zwischen Arm und Reich sowohl in den Entwicklungsländern als auch Industriestaaten abzumildern.

Als moderne Vorreiter nennt Udo Reifner drei führende Einrichtungen: Die 1976 gegründete Grameen Bank in Bangladesh, die Caja Laboral Popular in Spanien (Mondragon) und die South Shore Bank in den USA (Chicago). Die Aktivitäten dieser Protagonisten sind unterschiedlich gelagert und lassen sich kaum von ihrem jeweiligen politischen Hintergrund trennen. So hat die Mondragon Bank ein flexibles System von Finanzdienstleistungen geschaffen, bei dem soziale Risiken im politischen Unruheherd Baskenland gesellschaftlich auf die gesamte Kundschaft umgelegt werden.

In den USA zielten die Bemühungen seit den siebziger Jahren im vergangenen Jahrhundert vor allem darauf ab, die Rassentrennung zwischen Schwarz und Weiß mit Hilfe von speziellen Programmen abzuschwächen, um eine exzessive „Ghettobildung“ zu verhindern. Als charakteristisch für das amerikanische Modell von Social Banking sieht Reifner dabei den Umstand, dass die Bank nur ein Element in einem Netzwerk von Kooperativen darstellt, so dass die Geldgeschäfte in größere soziale Zusammenhänge eingebettet sind, die für Außenstehende freilich nicht immer durchschaubar sind. In Bangladesh

„[...] Im Grunde geht es also um eine soziale Beweglichkeit in der alltäglichen Praxis einer Bank.“
Udo Reifner

wiederum ging es dem Vorreiter Grammeen Bank darum, ärmeren Schichten – und insbesondere Frauen – überhaupt einen Zugang zu zinsgünstigen Krediten für kleine Existenzgründungen anzubieten.

Internet redefiniert „soziale“ Geldanlage

Die neue Generation der über das Internet agierenden Vermögensanleger hat auf den ersten Blick betrachtet kaum etwas gemein mit den vielfältigen historischen, zumeist politisch-lokal geprägten Entwicklungslinien von Social Banking. Eine sozial verantwortliche Auffassung vom öffentlichen Gemeinwesen, die hundertprozentig in Einklang steht mit den Investmentzielen eines privaten Anlegers erscheint kaum realistisch. Insofern verwundert es auf den ersten Blick, wenn auch netzbasierte Varianten von finanziellen Kredit- und Geldgemeinschaften in Expertenkreisen als eine neue Erscheinungsform von Social Banking charakterisiert sind.

Allerdings weist der Begriff „sozial“, oder das lateinische Wort „socius“ bereits darauf hin, dass es sich hierbei nicht um eine vordergründige „soziale“ Aufgabe oder wertorientierte Einstellung drehen muss, sondern auch um das Verknüpfen und Verbinden von lose zusammen gewürfelten Interessengruppen. Dies geschieht mit Hilfe des Internets, dem somit indirekt eine „soziale“, oder genauer: kommunikative Brückenfunktion zufällt.

Das Netz ermöglicht beispielsweise die Bildung von Interessengemeinschaften zwischen Anlegern und Kreditsuchenden. Als Ausgangspunkt für das internetbasierte „Social Banking der zweiten Generation“ kann die folgende vom amerikanischen Marktforschungsinstitut Gartner geprägte Definition angesehen werden: **Demnach stellt Social Banking einen neuen Ansatz im Bankengeschäft mit Privatkunden dar, der die Geldanlage und Kreditvergabe durch eine direkte und transparente Verbindung zwischen Anleger, Kreditgeber und den finanziellen Institutionen ermöglicht.**

Seine Wurzeln findet dieser Trend sowohl in sozialen als auch konsumbezogenen Entwicklungen, einschließlich der Verantwortungsübernahme und Partizipation über internetbasierte Netzwerke. Dementsprechend bilden sich zahlreiche, teils hoch spezialisierte neue Plattformen und Marktsegmente heraus, die sich etwa der Vergabe von Mikrodarlehen für kleine Existenzgründer widmen, oder Kredite für unterschiedliche Verwendungszwecke zwischen Privatpersonen vermitteln, bis hin zu Portalen, auf denen sich die Nutzer über neue Wege in der internetbasierten Finanzverwaltung und individuellen Vermögensplanung

austauschen, die auch ein Engagement an den Börsen mit einschließen.

Im Fokus der Medien stehen derzeit die Wachstumsperspektiven von nicht gemeinnützig sondern kommerziell operierenden Kreditgemeinschaften (im Fachjargon als Peer-to-Peer-Lending oder Social Lending bezeichnet). Das Marktvolumen dieses Nischenmarktes taxiert das amerikanische Marktforschungsinstitut Gartner bis zum Jahre 2013 weltweit auf rund fünf Milliarden US-Dollar.² Kennzeichnend für die derzeit bekanntesten Vertreter Zopa (Großbritannien), Smava (Deutschland) sowie Lending Club und Prosper (USA) ist, dass der Anleger selbst entscheidet, wem er den Kredit zu welchen Konditionen übergibt.

Das Risiko der Geldgeber wird dadurch minimiert, dass sich zahlreiche Personen zusammen finden, um das vergebene Kapital auf möglichst viele Darlehensnehmer zu verteilen. Für das Risikomanagement trägt ein IT-Dienstleister Sorge, der sich freilich aus Gründen der Einlagensicherung in der Regel einer Banklizenz im Hintergrund bedient. Der künftige Erfolg der privaten Kreditplattformen im Netz hängt nicht nur von der Seriosität des Plattformbetreibers ab, sondern auch von einer sorgfältig austarierten Interessenbalance zwischen den Akteuren.

Die soziale Gratwanderung aus der Historie der ersten „Social Banks“ verlagert sich somit in die Neuzeit hinein. Oder anders ausgedrückt: Auch in selbst organisierten Netzwerken zur Geldanlage und Kreditvergabe tritt ein soziales Machtgefälle auf. Einerseits fordert der ambitionierte Renditeanspruch der Anleger seinen Tribut, und andererseits tritt das ebenso verständliche Begehren der Kreditnehmer auf den Plan, ein Darlehen jenseits der „Wucherzinsen von Banken“ aus der sozialen Kreditgemeinschaft zu erhalten.

Und mit dieser gesellschaftlichen Gratwanderung, die sich damit längst von der Armenfürsorge in die ökonomisch unter Druck geratenen Mittelschichten hinein verlagert hat, schließt sich der Kreis zu den historischen Ursprüngen von Social Banking. Die spannende Frage lautet: Gelingt den neuen Internetplattformen der Spagat, sich einerseits als soziale Instrument gegen Zinswucher zu etablieren, und andererseits für alle Beteiligten ökonomisch profitable Geschäfte zu ermöglichen, aufgrund derer sich die Menschen mit Hilfe von finanziellen Netzwerkgemeinschaften zur „sozialen“ Kreditvergabe oder Geldanlage verabreden.

² American Banking News v. 06.01.2010. Quelle: <http://www.american-bankingnews.com/2010/01/06/new-gartner-study-predicts-peer-to-peer-lending-to-grow-to-5-billion-by-2013>.

INTERNET-KREDITPORTALE IM ÜBERBLICK

1. Marktplätze für länderspezifische Kredit-Auktionen (Peer-to-Peer-Lending bzw. Social Lending) mit dem wirtschaftlichen Motiv der Gewinnerzielung durch Betreiber und Teilnehmer, sowie einer meist durch Wagniskapitalgeber (Venture Capital) unterlegten Finanzierung (z.B. Prosper, Zopa, Lending Club, Smava, Auxmoney).

2. Mikrofinanzierungskonzepte, bei denen primär die sozialen und ökologischen Motive der Anleger eine wesentliche Rolle spielen (z.B. Kiva, MyC4, Veevus, Dhanax, Betterplace). Die zwischen Kostenneutralität und partieller Gewinnorientierung angesiedelten Plattformen unterscheiden sich erheblich in ihrer Unternehmensform (GmbH, Aktiengesellschaft oder gemeinnütziger Verein). Dies zieht unterschiedliche Modelle bei der Absicherung der Kredite sowie der Gebührenerhebung nach sich.



Zum Autor: Lothar Lochmaier, M. A., geboren 1959 in Ravensburg/Baden Württemberg. Nach einer Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann studierte er Sozial- und Wirtschaftsgeschichte sowie Politikwissenschaften in München, Madrid und Berlin. Parallel dazu journalistische Ausbildung am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses e.V. Heute arbeitet er als Wirtschaftsjournalist in Berlin für Tages- und Fachpublikationen sowie Internet-Portale. Zu seinen Spezialgebieten gehören Informationstechnologie, Umwelttechnik und Energiefragen, sowie Managementthemen. Mit Kommunikationsabläufen und neuen Organisationsformen in der Bankenszene hat sich der Buchautor in zahlreichen Aufsätzen beschäftigt. Er betreibt außerdem das Weblog Social Banking 2.0 (www.die-bank-sind-wir.de; www.commonbanking.com).

3. Spezialisierte Plattformen haben sich auf bestimmte Zielgruppen fokussiert, häufig in einer Mixtur aus sozialer und kommerzieller Ausrichtung. Zu dieser Gruppe gehört beispielsweise die internetbasierte Vergabe von Studien- und Bildungskrediten. Darunter fallen auch Anbieter nach dem „Family and Friends Modell“. Sie vermitteln Kredite nur innerhalb eines Freundeskreises bzw. verwandtschaftlichen und familiären Rahmens, bei der sich Kreditgeber und Kreditnehmer bereits persönlich kennen.

4. Auf professionelle Geschäftskunden ausgerichtete Internet-Plattformen, die sich bei der Zielgruppe junger Unternehmen (Start-ups) und Existenzgründern der Finanzierungsanbahnung und -vermittlung widmen. Dazu gehören beispielsweise Raisecapital, Gobignetwork, Go4funding (USA) oder Seed Match (Deutschland). Teilweise übernehmen die Betreiber auch Funktionen als Berater und Know-how-Vermittler (Business Angels). ■



Eine vertiefende Analyse gibt Autor Lothar Lochmaier in seiner Publikation: **„Die Bank sind wir – Chancen und Perspektiven von Social Banking“**.

Erscheint voraussichtlich im Mai 2010 im dpunkt.verlag Heidelberg.

Vorbestellungen:
www.dpunkt.de/buecher/3270.html

Die Alchemie des Wohlstands

*Mach eine Ordnung, lang und schwer,
nimm Formeln und Symbole her,
verordne so, dass kaum zu finden,
Vermögen sei an Schuld zu binden.*

*Dann beides mit dem Zins verseehe,
sorg, dass jedermann verstehe,
dass der, der hat und leiht, verzichtet,
dass der, der's nimmt, sich drum verpflichtet,*

*zu tilgen Schuld, zu zahl'n noch mehr,
die Zinsen an die Gläubiger.
Sag, dass wohl ein jeder weiß,
dass alles habe seinen Preis.*

*Viele leih'n und investieren,
damit sie Wohlstand generieren,
doch die Zinsen sind ein Posten,
die den Unternehmer kosten.*

*Er legt sie auf die Preise um,
die alle zahlen beim Konsum.
So wird nun, wer sich will versorgen,
Zinsen zahl'n, die gut verborgen.*

*Vermögen wird mit Zins dotiert,
Zins zahlt, wer leiht und konsumiert.
Die Regel ist für alle gleich,
die Wirkung nicht für Arm und Reich.*

*Denn bei den Reichen überwiegen,
die Zinserträge, die sie kriegen,
gegenüber Zinseskosten
in den Konsumausgabeposten.*

*Die Differenz, die zahlt die Masse,
die im Dunkel du belasse.
Das System wächst, wie's erdacht,
mit exponentieller Macht,*

*verteilt mit unsichtbarer Hand
Vermögen um in diesem Land.
Kein böser Wille ist zu fassen,
wenn die Ordnung losgelassen.*

*Doch ist des Wachstums inn're Kraft
nicht für die Ewigkeit geschafft.
Drum schaue klar und blicke weit,
bring dich zur Zeit in Sicherheit.*

Jürgen Kremer