



INTEGRIERTER
BANKENVERTRIEBSBERICHT
2021

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	3
2	WESENTLICHE ERKENNTNISSE.....	5
2.1	Die Integrierte Conduct- und Vertriebsaufsicht über Banken ist der in Österreich effektivste und sinnvollste Aufsichtszugang.....	5
2.2	Die Anzahl der Privatkund*innen ist rückläufig: ein weiter zu beobachtender Trend	5
2.3	Banken steigern die Netto-Wertpapierprovisionserträge aufgrund verstärkter Anleger*innentätigkeit in der Pandemie.....	6
2.4	Knapp 10 % der Versicherungen werden über den Vertriebskanal Bank vertrieben	6
3	ÖSTERREICHISCHE BANKENLANDSCHAFT	7
	Überblick für das Geschäftsjahr 2020	7
3.1	Überblick Conduct-relevante Banken.....	8
3.2	Vertriebstätigkeit der Conduct-relevanten Banken	10
3.3	Kund*innenanzahl	12
3.4	Risikolandschaft der Conduct-relevanten Banken	14
4	BANKEN SPIELEN EINE BEDEUTENDE ROLLE BEIM VERTRIEB VON FINANZPRODUKTEN.....	16
4.1	Das Wertpapiergeschäft ist für Banken von zentraler wirtschaftlicher Bedeutung	16
4.1.1	78 % der österreichischen Anbieter von Wertpapierdienstleistungen sind Banken	16
4.1.2	Das Wertpapiergeschäft ist ein wichtiges Geschäftsfeld für Banken	17
4.1.3	Privatkund*innen spielen für Banken bei Wertpapierdienstleistungen eine dominante Rolle.....	18
5	DER VERTRIEB VON VERSICHERUNGSPRODUKTEN GEHÖRT ZUM GESCHÄFTSMODELL DER MEISTEN ÖSTERREICHISCHEN BANKEN.....	20
6	KREDITVERGABE	24
6.1	Hypothekar- und Immobilienkredite.....	24
6.2	Verbraucherkredite	24
7	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	26

1 EINLEITUNG

Ein entwickelter Finanzmarkt bietet den Verbraucher*innen eine breite Palette an Produkten, die unterschiedliche finanzielle Bedürfnisse decken – von klassischen Bankprodukten wie Spar- und Girokonten über Anlage- und Versicherungs- bis hin zu privaten Altersvorsorgeprodukten. Seit der globalen Finanzkrise 2008 wurden Vertriebsregeln für unterschiedliche Verbraucherprodukte zunehmend harmonisiert, um über alle Produktkategorien hinweg ein möglichst einheitliches Schutzniveau für Kund*innen zu erreichen – in den letzten Jahren durch die Einführung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD), die Verordnung über verpackte Kleinanlegerprodukte (PRIIP) und Wohlverhaltensanforderungen im Bankwesengesetz (BWG). Diese neuen Regelungen orientieren sich stark an den seit vielen Jahren etablierten Wohlverhaltensanforderungen für den Wertpapiervertrieb aus der Europäischen Finanzmarkttrichtlinie (MiFID II), die als „Goldstandard“ gelten.

Durch die starke Verflechtung des österreichischen Finanzmarktes nehmen Banken traditionell eine sehr starke Rolle als Vertriebskanal von Finanzprodukten an Verbraucher*innen ein: Sie sind für ihre Kund*innen integrierte Anbieter unterschiedlicher Produkte. Um für Kund*innen ein einheitliches Schutzniveau über alle Produktkategorien hinweg sicherzustellen, sind harmonisierte Regulierungen allein nicht ausreichend. Hand in Hand mit ihnen muss ein einheitlicher Aufsichtszugang zu allen Produktkategorien gehen, die über den Vertriebskanal Bank angeboten werden. Für Verbraucher*innen darf es letztlich keinen Unterschied machen, welches Produkt oder welche Dienstleistung sie über die Bank beziehen. Entscheidend für die Verbraucher*innen ist, dass sie für ihre finanziellen Bedürfnisse angemessen sind und sie transparent informiert und fair beraten werden.

Die FMA ist als integrierte Finanzmarktaufsichtsbehörde etabliert und vereint insbesondere prudentielle und Wohlverhaltensaufsicht (Conduct-Aufsicht). Im Rahmen ihres Bekenntnisses zum kollektiven Verbraucherschutz legt die FMA einen verstärkten Fokus auf die Conduct-Aufsicht, insbesondere am Point of Sale. Der als „Integrierte Vertriebsaufsicht über Banken“ zu bezeichnende Conduct-Aufsichtsansatz kann dadurch charakterisiert werden, dass sich die FMA zu einem einheitlichen Niveau an aufsichtlichen Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Absatz von Dienstleistungen sowie von Bank-, Versicherungs- und Wertpapierprodukten durch Banken bekennt.

Das übergeordnete Ziel der „Integrierten Conduct-Aufsicht über Banken“ ist den Bankkund*innen ein einheitliches Schutzniveau zu gewährleisten, unabhängig von der Art der Dienstleistung bzw. des Produkts (Bank-, Versicherungs-, Wertpapierdienstleistungen bzw. -produkte). Es gilt, die unterschiedlichen sektoralen Conduct-Regulierungen, die in einer Bank zusammenlaufen, möglichst konvergent zu beaufsichtigen und zu vollziehen. Der Bedeutung österreichischer Banken im Vertrieb bzw. Erbringung von Finanzdienstleistungen Rechnung tragend, erfolgt in der FMA – dem risikobasierten und integrierten Aufsichtsansatz entsprechend – die Conduct- und Vertriebsaufsicht über Banken seit 2018 nach dem „One-Stop-Shop-Prinzip“, indem die Aufgaben und Zuständigkeiten diesbezüglich im Bereich Integrierte Aufsicht, in der Abteilung Integrierte Conduct- und Vertriebsaufsicht über Banken, gebündelt sind.



Abbildung 1

Zur Veranschaulichung der Vertriebstätigkeiten der österreichischen Banken wurde ein „Integrierter Bankenvertriebsbericht“ erstellt. Der vorliegende Bericht bietet anhand der einschlägigen materiellen Rechtsgrundlagen einen **Überblick über die Vertriebstätigkeiten** von österreichischen Kreditinstituten im Inland im Geschäftsjahr 2020. Anhand der analysierten Daten und Kennzahlen wird dargestellt, welche Bedeutung Kreditinstituten beim Vertrieb von Kredit-, Versicherungs- und Wertpapierprodukten insbesondere an Verbraucher*innen bzw. Kleinanleger in Österreich zukommt.

Die verwendeten Daten wurden mit größter Sorgfalt erhoben. Irrtum und Fehler sowie Unvollständigkeit der Daten werden nicht ausgeschlossen. Der Integrierte Bankenvertriebsbericht über 2021 (Datenstichtag 31.12.2020) in der vorliegenden Fassung wird erstmals veröffentlicht.

2 WESENTLICHE ERKENNTNISSE

2.1 DIE INTEGRIERTE CONDUCT- UND VERTRIEBSAUFSICHT ÜBER BANKEN IST DER IN ÖSTERREICH EFFEKTIVSTE UND SINNVOLLSTE AUFSICHTSZUGANG

Die Bedeutung der Conduct- und Vertriebsaufsicht über Banken wird anhand der ausgewerteten Daten eindeutig belegt:

- 87 % der österreichischen Banken vertreiben Hypothekarkredite,
- 90 % der österreichischen Banken vertreiben Verbraucherkredite,
- 85 % der österreichischen Banken vertreiben Versicherungen und
- 86 % der österreichischen Banken bieten Wertpapierdienstleistungen an.

Der von der FMA verfolgte integrierte Aufsichtsansatz ist hierbei essentiell, als der Großteil (80 %) der österreichischen Banken alle untersuchten Produktbereiche anbietet.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 3.2.

2.2 DIE ANZAHL DER PRIVATKUND*INNEN IST RÜCKLÄUFIG: EIN WEITER ZU BEOBACHTENDER TREND

Aus den vorliegenden Zahlen zu Privatkund*innenbeziehungen der österreichischen Banken aus den Geschäftsjahren 2019 auf 2020 ergibt sich eine Verringerung der Kund*innenanzahl um ca 1 Million. Der Rückgang ist über alle Sektoren zu beobachten. Die anhaltende Tendenz der sinkenden Anzahl an Privatkund*innenbeziehungen lässt sich wohl einerseits durch die in den letzten Jahren stattgefundenen zahlreichen Bankschließungen (Fusionen) in Österreich erklären. Auch könnte der Rückgang der Anzahl der Privatkund*innenbeziehungen auf ein geändertes Konsument*innenverhalten beispielsweise bei der Geldanlage zurückzuführen sein: so ist im Berichtszeitraum ein signifikanter Rückgang der Kund*innenanzahl im Bausparkassensektor (rd 300.000) feststellbar.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 3.3.

2.3 BANKEN STEIGERN DIE NETTO-WERTPAPIERPROVISIONSERTRÄGE AUFGRUND VERSTÄRKTER ANLEGER*INNENTÄTIGKEIT IN DER PANDEMIE

Aus den analysierten Transaktionsdaten wird sichtbar, dass nach Beginn der COVID-19 Pandemie vermehrt Anleger*innen am Kapitalmarkt tätig waren. Diese Steigerung wirkt sich auch positiv auf die Provisionserträge der österreichischen Banken aus: so sind die Einkünfte aus Netto-Wertpapierprovisionen im Geschäftsjahr 2020 um 16 Mio EUR auf 1,40 Mrd EUR gestiegen.

Hinsichtlich des Inkrafttretens der MiFID II Anfang 2018 wurde seitens der Kreditindustrie angenommen, dass das Wertpapiergeschäft aufgrund der neuen (strengeren) Rahmenbedingungen einbrechen könnte. Betrachtet man jedoch die durchschnittlichen Provisionserträge der Kreditinstitute seit 2016, bewegen sich die erwirtschafteten Provisionen im Jahr 2020 nach einer leichten Erhöhung bereits im Jahr 2019 weit über dem Stand von 2018.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 4.1.2.

2.4 KNAPP 10 % DER VERSICHERUNGEN WERDEN ÜBER DEN VERTRIEBSKANAL BANK VERTRIEBEN

Die Analyse der verrechneten Prämienvolumina von Versicherungen über den Vertrieb ergibt, dass rund 8 % der verrechneten Versicherungsprämien über den Vertriebskanal Bank vertrieben werden (1,71 Mrd EUR). Beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten werden rund 15 % der verrechneten Prämien Vertriebskanal Bank vertrieben.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 5.

3 ÖSTERREICHISCHE BANKENLANDSCHAFT

ÜBERBLICK FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020



543

Konzessionierte
Kreditinstitute



3.114

Filialen



21,29 Mio.

Kundenbeziehungen



174.939

Beschwerden an Kreditinstitute



441

Kreditinstitute mit
Wertpapiervertrieb



2,12 Mio.

Privatkundendepots



433

Kreditinstitute mit
Versicherungsvertrieb



1,71 Mrd.

über Banken vertriebenes
Prämienvolumen
von Versicherungsprodukten



36%

der Privatkund*innen werden
von Banken mit hohem
Conduct-Risiko betreut⁹



956,73 Mrd.

Gesamtbilanzsumme der
Conduct-relevanten Banken¹⁰

⁹Conduct relevante Banken: nicht umfasst sind Sonderbanken wie Kapitalanlagegesellschaften, Kapitalanlagegesellschaften für Immobilien sowie Betriebliche Vorsorgekassen

¹⁰Credits: Sämtliche Icons erstellt von Freepik auf www.flaticon.com

3.1 ÜBERBLICK CONDUCT-RELEVANTE BANKEN

Von den insgesamt 543 in Österreich konzessionierten Banken zum Stichtag 31.12.2020 werden **510 Kreditinstitute** von der FMA als sogenannte „Conduct-relevante“ Banken eingestuft. Davon sind jene Kreditinstitute umfasst, die ob ihres Geschäftsmodells für die integrierte Conduct-Bankenaufsicht relevant sind und daher der jährlichen Conduct-Risikoklassifizierungserhebung unterliegen. Dazu zählen nicht Kapitalanlagegesellschaften, Kapitalanlagegesellschaften für Immobilien sowie Betriebliche Vorsorgekassen.

Die in der Abbildung 2 dargestellte Einteilung der in Österreich tätigen Kreditinstitute erfolgt nach den aufsichtlich regelmäßig verwendeten Basissektoren. Diese Einteilung beruht auf mehreren maßgeblichen Faktoren. Zunächst ist die Unterscheidung zwischen Banken mit einstufigem und mehrstufigem Sektorenaufbau von Bedeutung. Abgesehen von der Konstruktion des Sektors sind die Rechtsform und vor allem die Zugehörigkeit zum jeweiligen österreichischen Fachverband für die Einteilung wichtig. Darüber hinaus spielen auch der Konzessionsumfang, das spezielle Geschäftsmodell oder die Zugehörigkeit zu einer Einlagensicherungseinrichtung eine Rolle. In Österreich tätige Zweigstellen gemäß § 9 BWG werden in einem eigenen Sektor zusammengefasst. Unter „Sonderbanken“ werden nach dieser Logik Banken subsumiert, deren Geschäftsmodell derart ist, dass sie nicht in die sonstigen Kategorien fallen (zB die österreichische Kontrollbank oder auch Wohnbaubanken).

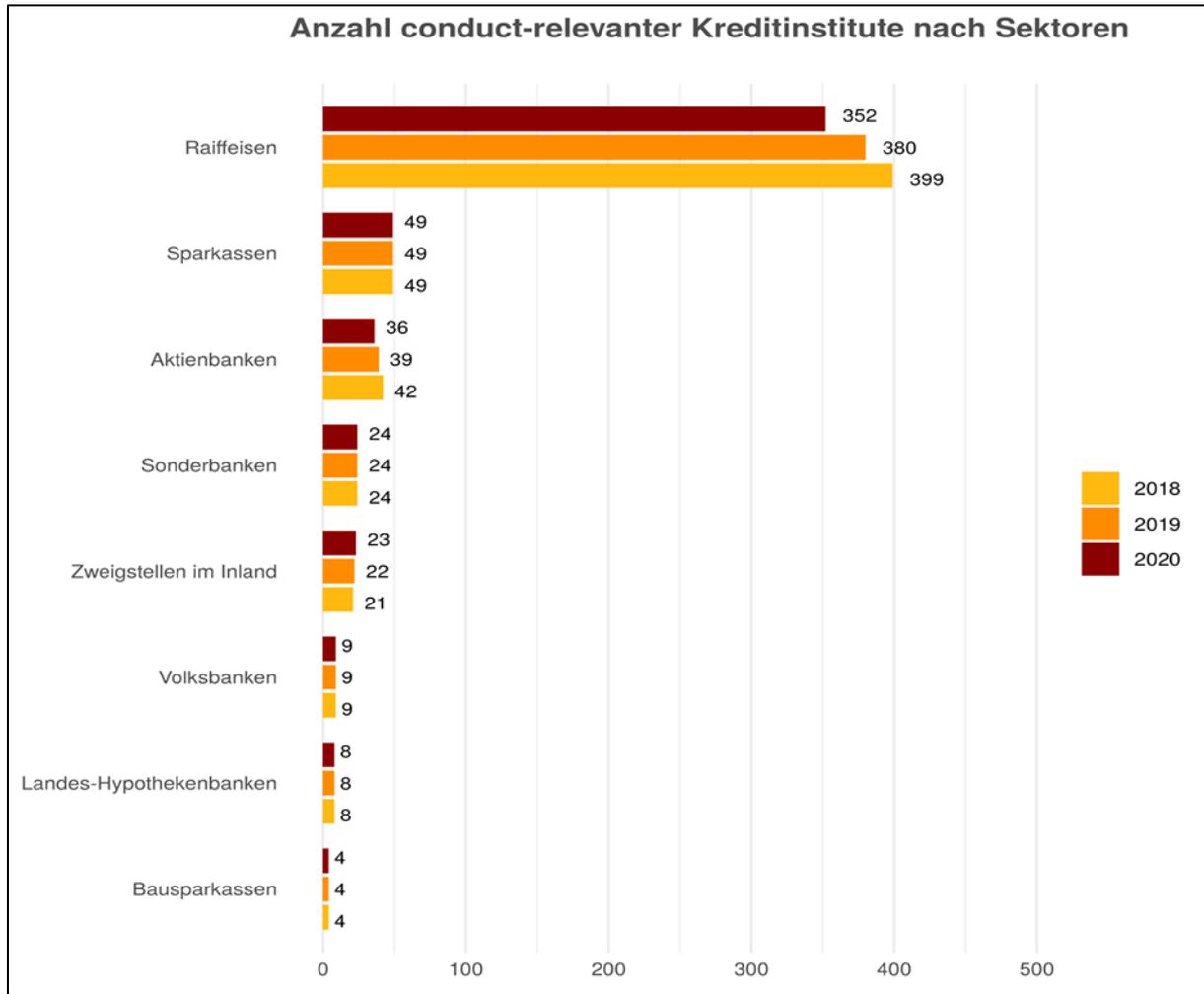


Abbildung 2¹

¹ Die Differenz in der Summe von fünf Banken in der Abbildung 2 (grundsätzlich wird im Bankenvertriebsbericht von 510 Conduct-relevanten Banken ausgegangen) ergibt sich durch einzelne Conduct-relevante Banken, die nicht in die oben erklärte aufsichtlichen Zuordnung subsumiert werden konnten.

3.2 VERTRIEBSTÄTIGKEIT DER CONDUCT-RELEVANTEN BANKEN

Betrachtet man die Vertriebstätigkeit der insgesamt 510 Conduct-relevanten Kreditinstitute, vertreiben 87 % davon Hypothekarkredite, 90 % Verbraucherkredite, 85 % Versicherungen und 86 % Wertpapierdienstleistungen.

Folgende Abbildung stellt die Vertriebstätigkeit der vier im Bankenvertriebsbericht analysierten Produktbereiche (Hypothekarkredite im Sinne des Hypothekar- und Immobilienkreditgesetzes (HIKrG), Verbraucherkredite im Sinne des Verbraucherkreditgesetzes (VKrG), Versicherungen bzw die Erbringung von Wertpapierdienstleistungen) pro Basissektor im Jahresvergleich dar.

Vertriebstätigkeit

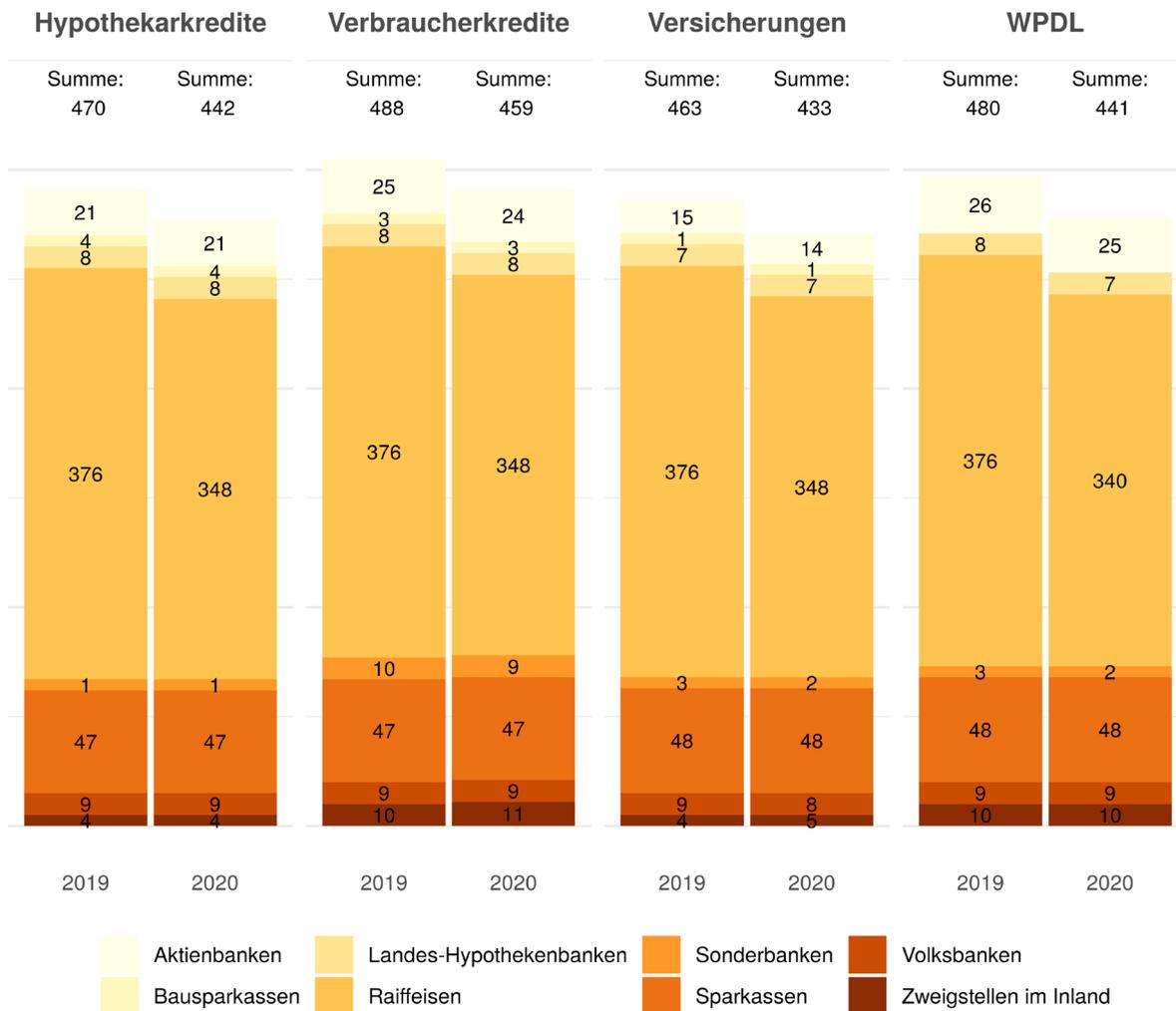


Abbildung 3

Aus diesem Vergleich ist ersichtlich, dass nahezu alle Raiffeisenbanken, Sparkassen und Volksbanken in allen vier Geschäftsbereichen tätig sind, im Schnitt über 97 % pro Produktbereich (wobei aber nur 89% der Volksbanken im Versicherungsvertrieb tätig ist).

Alle Landeshypothekenbanken vertreiben Hypothekar- und Verbraucherkredite und zum Großteil auch Versicherungen und Wertpapierdienstleistungen (88 %).

Differenziertere Geschäftsmodelle finden sich bei den Aktienbanken: rund zwei Drittel vertreiben Verbraucherkredite und bieten Wertpapierdienstleistungen an, nur knapp 40 % der Banken vertreiben auch Versicherungen und knapp 60 % bieten auch Hypothekarkredite an.

Fast die Hälfte aller Zweigniederlassungen im Inland bieten Verbraucherkredite und Wertpapierdienstleistungen an, aber nur weniger als ein Viertel vertreiben Hypothekarkredite bzw Versicherungen (17 bzw 22 %).

Tabella 1

Sektor	Hypothekarkredite	Verbraucherkredite	Versicherungen	WPDL
Aktienbanken	58%	67%	39%	69%
Bausparkassen	100%	75%	25%	0%
Landes-Hypothekenbanken	100%	100%	88%	88%
Zweigstellen im Inland	17%	48%	22%	43%
Raiffeisen	99%	99%	99%	97%
Sonderbanken	4%	38%	8%	8%
Sparkassen	96%	96%	98%	98%
Volksbanken	100%	100%	89%	100%

3.3 KUND*INNENANZAHL

Im Jahr 2020 betreuten österreichische Kreditinstitute insgesamt rd 21,29 Mio. Privatkund*innen² (2019: 22,29 Mio.). Unter Privatkund*innen werden in diesem Zusammenhang Veranlagungs-, Finanzierungs- oder sonstige Kund*innenbeziehungen des Unternehmens verstanden und umfassen sowohl Privat- als auch Firmenkund*innen.

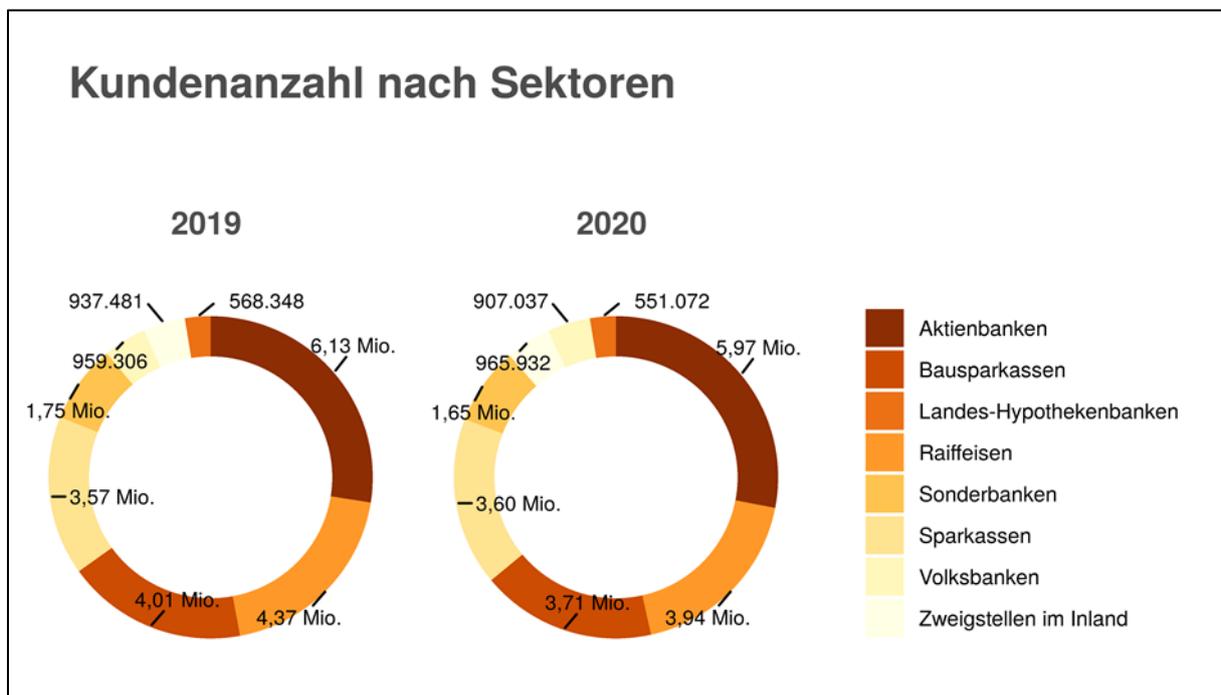


Abbildung 4

² Ein einzelner natürlicher Kunde kann bei mehreren Kreditinstituten eine Bankverbindung haben.

Den Großteil teilen sich der Aktienbanken-, Raiffeisen-, Bausparkassen- und Sparkassensektor mit insgesamt 13,62 Mio. (2019: 14,51 Mio.) Kund*innen. Die anhaltende Tendenz der sinkenden Anzahl an Privatkund*innenbeziehungen lässt sich wohl einerseits durch die Abnahme der Anzahl von Kreditinstituten in der österreichischen Bankenlandschaft erklären (insbesondere durch Fusionen im Raiffeisensektor). Auch könnte der Rückgang der Anzahl der Privatkund*innenbeziehungen auf ein geändertes Anleger*innenverhalten zurückzuführen sein. So ist ein Rückgang der Kund*innanzahl bei Bausparkassen (rd 300.000 Privatkund*innenbeziehungen weniger im Jahresvergleich) festzustellen. Zurückzuführen ist dieser Rückgang aus Sicht der Aufsicht vor allem auf das langanhaltende Niedrigzinsumfeld, welches sich naturgemäß auch auf das Sparverhalten der Kund*innen auswirkt. So beträgt die an das Zinsniveau gekoppelte staatliche Bausparprämie seit dem 01.04.2012 unverändert 18 EUR pro Bausparer (bei einer jährlichen Einzahlung von 1.200 EUR) und bietet somit für das Neuabschlussgeschäft der Bausparkassen nur einen geringen Anreiz. So wurden im Geschäftsjahr 2020 über 12 % weniger neue Bausparverträge abgeschlossen als noch im Jahr zuvor. Nicht auszuschließen sind ebenfalls die Auswirkungen der COVID-19 Pandemie und der damit einhergehenden zunehmenden Digitalisierung im Vertrieb, welche nach allgemeiner Einschätzung das Retail-Banking insgesamt nachhaltig ändern wird.

Die Bank mit der höchsten Anzahl an Privatkund*innenbeziehungen (3 Mio) hat fast die doppelte Anzahl im Vergleich zur zweitgrößten Bank. Sechs Banken haben über 1 Mio. Privatkund*innen. Die fünf größten Banken betreuen insgesamt etwa 8,11 Mio. Privatkund*innen (2019: 8,45 Mio.). Das Ranking der fünf Banken mit den meisten Privatkund*innen blieb zwischen den Geschäftsjahren 2019 und 2020 unverändert. Die zehn größten Banken betreuen zahlenmäßig zusammen bereits über die Hälfte (ca. 53,91 %) der Privatkund*innen.

3.4 RISIKOLANDSCHAFT DER CONDUCT-RELEVANTEN BANKEN

Zur Sicherstellung einer effektiven und effizienten Conduct-Aufsicht verfolgt die FMA einen risikobasierten Ansatz. Hierfür erfolgt eine jährliche Conduct-Risikoklassifizierung aller Conduct-relevanten Banken. Die Einstufung erfolgt in vier Risikokategorien (1 = niedrig/grün, 2 = moderat/gelb, 3 = erhöht/orange und 4 = hoch/rot). Grundlage für die Einstufung sind im Wesentlichen die Daten und Kennzahlen aus dem Vertrieb von Versicherungsprodukten und Wertpapierdienstleistungen sowie die Vertriebskennzahlen im Kreditvergabebereich der Banken.

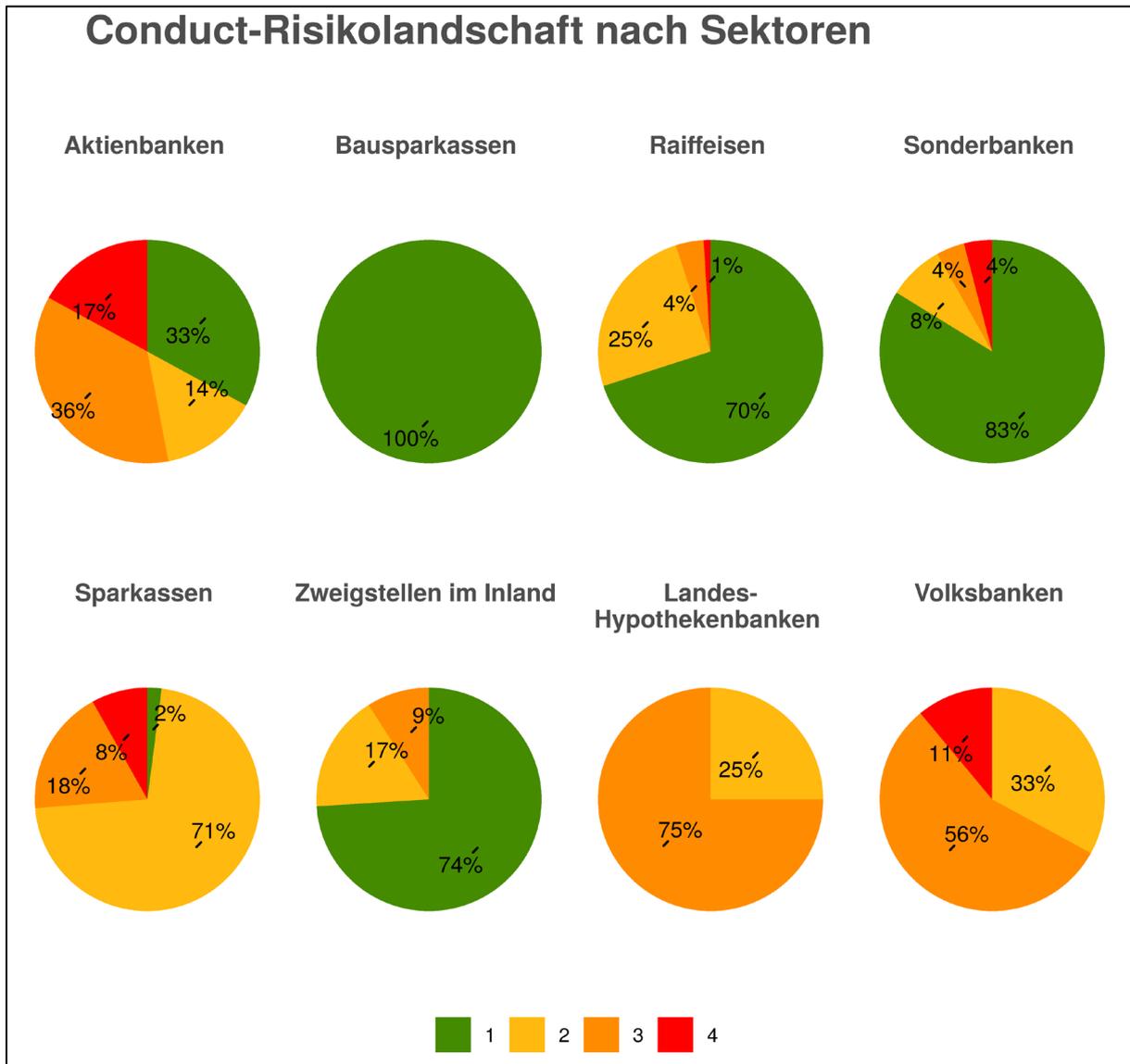


Abbildung 5

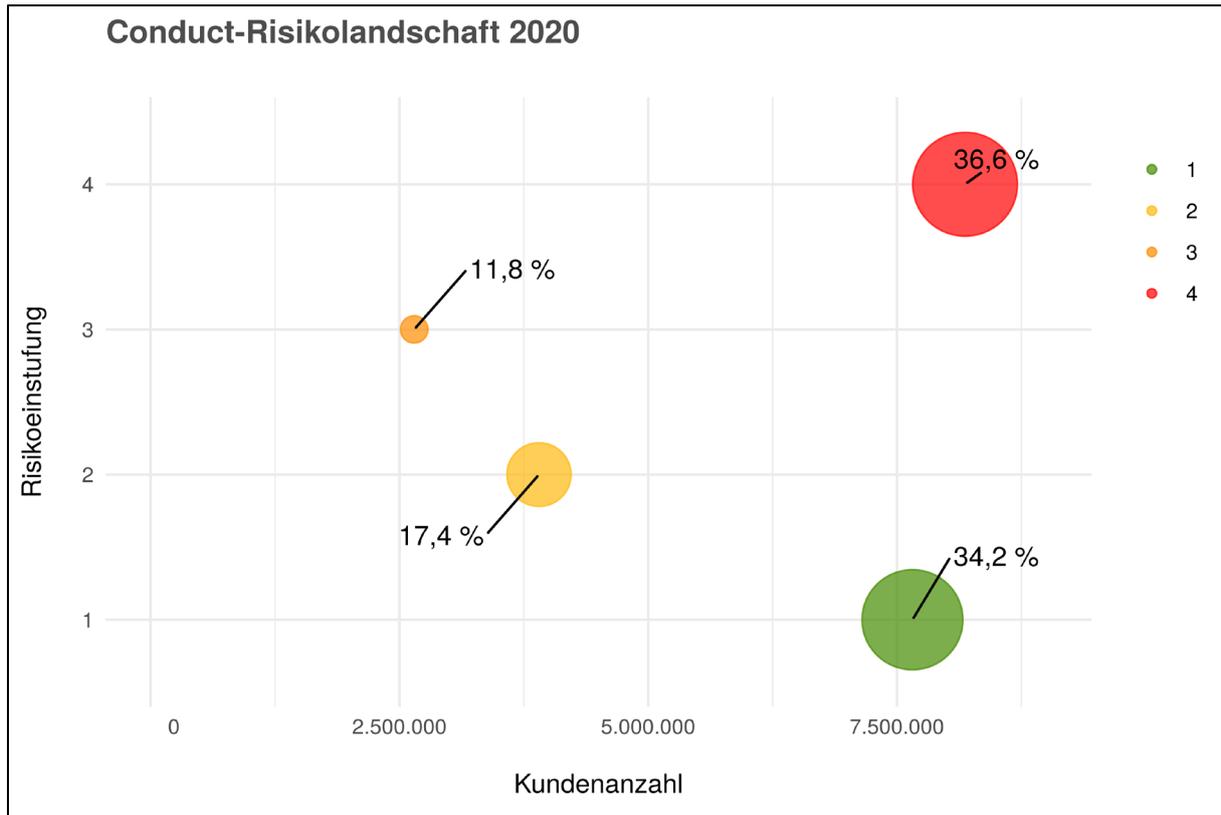


Abbildung 6

Betrachtet man das Ergebnis der Conduct-Risikoeinstufung für das Jahr 2020 und stellt diese mit der Anzahl der Kund*innen gegenüber wird ersichtlich, dass 36,6% aller Kund*innen von 15 Conduct-relevanten Banken mit einem hohen Risikoprofil (Stufe 4) betreut werden.

11,8% der Kund*innen werden von 49 Conduct-relevanten Kreditinstituten in der erhöhten Risikostufe (Stufe 3), 17,4 % der Kund*innen von Conduct-relevanten Banken in der moderaten Risikostufe (Stufe 2) sowie 34,2% der Kund*innen von Conduct-relevanten Banken in der niedrigsten Risikostufe (Stufe 1) betreut.

4 BANKEN SPIELEN EINE BEDEUTENDE ROLLE BEIM VERTRIEB VON FINANZPRODUKTEN

4.1 DAS WERTPAPIERGESCHÄFT IST FÜR BANKEN VON ZENTRALER WIRTSCHAFTLICHER BEDEUTUNG

4.1.1 78 % DER ÖSTERREICHISCHEN ANBIETER VON WERTPAPIERDIENSTLEISTUNGEN SIND BANKEN

Anlageberatung, Portfolioverwaltung und Annahme und Weiterleitung von Orders sind die wesentlichen Wertpapierdienstleistungen, die (Klein-)Anleger*innen von Finanzdienstleistern beziehen. Die Erbringung dieser Wertpapierdienstleistungen ist konzessionspflichtig, wobei Kreditinstitute in Österreich hierfür grundsätzlich³ über eine Legalkonzession verfügen. Andere Anbieter von Wertpapierdienstleistungen in Österreich sind Wertpapierfirmen, Wertpapierdienstleistungsunternehmen sowie Kapitalanlagegesellschaften und AIFM mit entsprechender Zusatzkonzession.

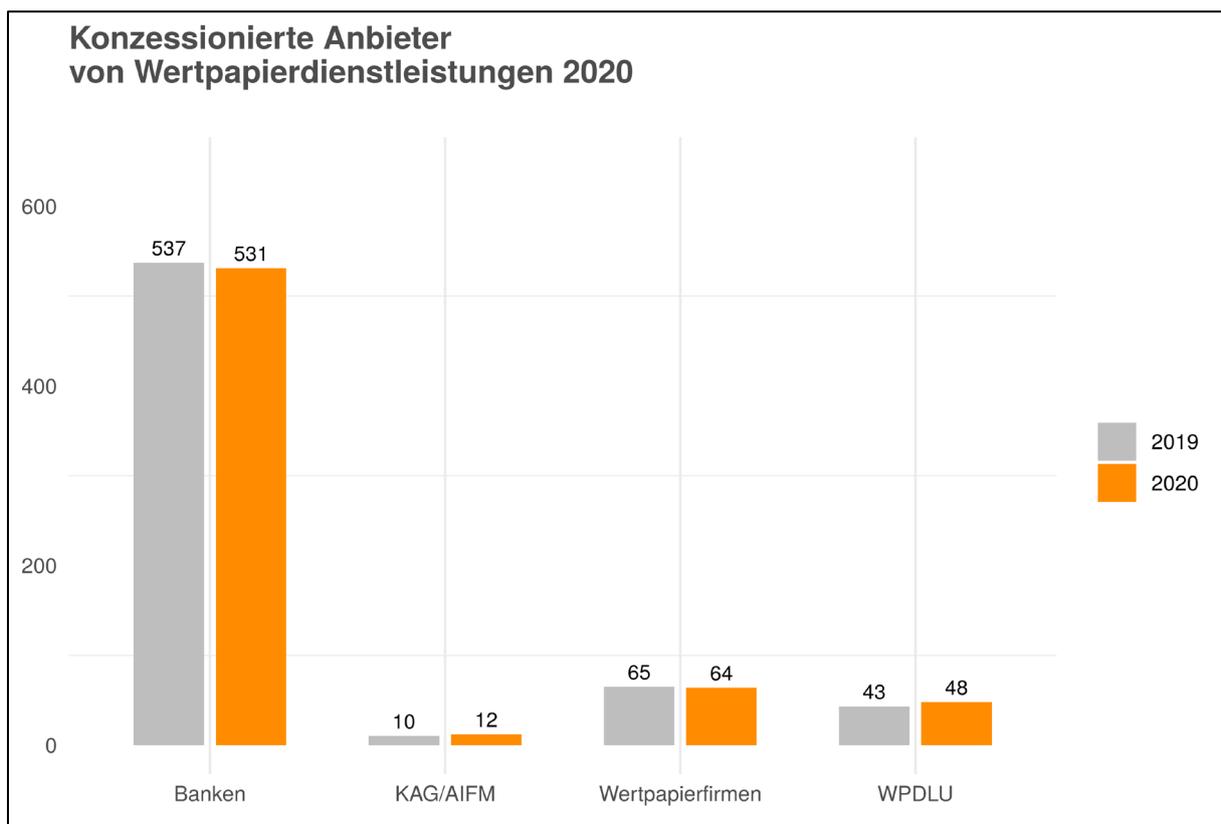


Abbildung 7

³ Einige Kreditinstitute sind nicht per Legalkonzession zur Erbringung von Wertpapierdienstleistungen berechtigt, wie beispielsweise Kapitalanlagegesellschaften, die dafür eine Zusatzkonzession benötigen.

Im Jahr 2020 waren in Österreich insgesamt 531 (2019: 537) Banken⁴ per Legalkonzession berechtigt, Wertpapierdienstleistungen gemäß WAG 2018 anzubieten. Davon gaben insgesamt 441 (2019: 480) Banken (= 83%, 2019: 89%) an, dass sie tatsächlich Wertpapierdienstleistungen anbieten.

Neben Banken sind in Österreich zum Stichtag 31.12.2020 insgesamt 64 (2019: 65) Wertpapierfirmen, 48 (2019: 43) WPDLU sowie insgesamt 12 (2019: 10) KAG bzw. AIFM berechtigt, Wertpapierdienstleistungen gemäß WAG 2018 anzubieten.

4.1.2 DAS WERTPAPIERGESCHÄFT IST EIN WICHTIGES GESCHÄFTSFELD FÜR BANKEN

Die Netto-Wertpapierprovisionserträge⁵ der Kreditinstitute aus der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen betragen im Jahr 2020 insgesamt 1,97 Mrd. EUR (1,69 Mrd. EUR in 2019). Durchschnittlich entspricht dies ca. 11 % der Gesamtbetriebserträge. Folgende Abbildung veranschaulicht, dass vor allem für Aktienbanken bzw. für § 9-BWG-Institute (das sind insbesondere Zweigstellen ausländischer Banken) das Wertpapiergeschäft ein wichtiges Geschäftsfeld darstellt. Dies lässt sich vor allem mit dem Geschäftsmodell dieser Banken (ausgeprägtes Wertpapiergeschäft, insbesondere im Bereich Vermögensverwaltung) erklären.

Hinsichtlich des Inkrafttretens der MiFID II Anfang 2018 wurde seitens der Banken angenommen, dass das Wertpapiergeschäft aufgrund der neuen (strengen) Rahmenbedingungen einbrechen könnte. Betrachtet man jedoch die durchschnittlichen Provisionserträge der Kreditinstitute im Zeitraum von 2016 bis 2019 (siehe Abbildung "Entwicklung erwirtschaftete Netto-Wertpapierprovisionen"), bewegen sich die erwirtschafteten Provisionen im Jahr 2020 nach einer leichten Erhöhung bereits im Jahr 2019 weit über dem Stand von 2018. Wie auch die Auswertungen aus den MiFIR-Transaktionsdaten zeigen, waren nach Beginn der COVID-19 Pandemie vermehrt Anleger*innen am Kapitalmarkt tätig und im Gesamtblick zeigt sich, dass dies auch für die österreichischen Banken positiv auf ihre Provisionsergebnisse auswirkt: so sind die Netto-Wertpapierprovisionen im Geschäftsjahr 2020 um 16 Mio EUR auf 1,40 Mrd EUR gestiegen.

⁴ Aktienbanken, Sparkassen, Raiffeisenbanken, Volksbanken, Hypothekenbanken und EU-Zweigstellen. Nicht umfasst: Bausparkassen, KAGs, betriebliche Vorsorgekassen und Wechselstuben/Finanztransferinstitute.

⁵ Diese errechnen sich aus den (Brutto-)Wertpapierprovisionserträgen minus den Wertpapierprovisionsaufwänden laut VERA-V. Bei den Wertpapierprovisionserträgen/-aufwendungen sind sämtliche Provisionen und Gebühren (auch Handelsspannen bzw. Bonifikationen), die im Wertpapierhandel, aber auch im Emissionsgeschäft (Emission für Dritte) anfallen sowie Wertpapier- und Kuponeinlösungsprovisionen und andere Erträge bzw. Aufwendungen aus der Wertpapierverwaltung (Depotgebühren etc.) berücksichtigt.

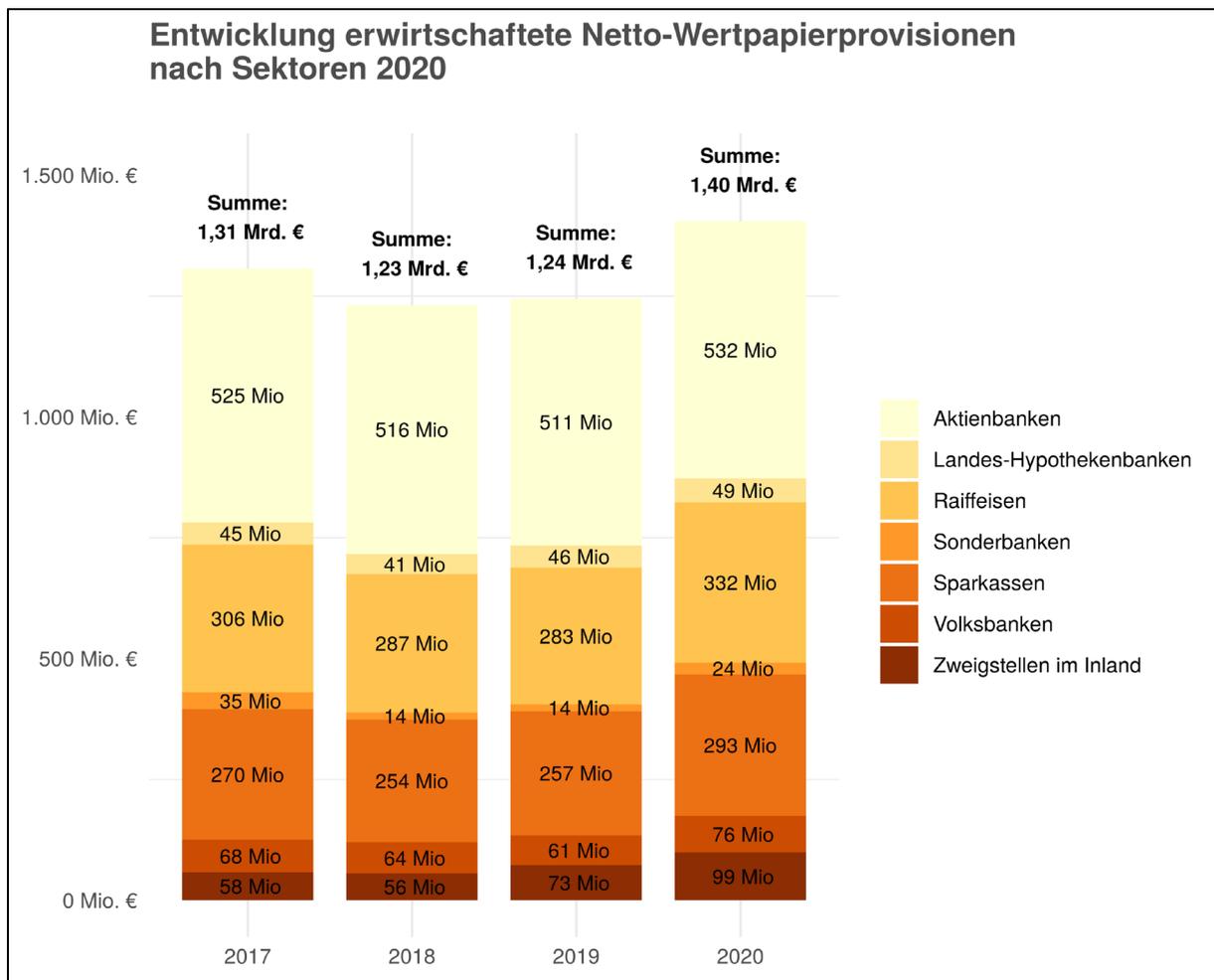


Abbildung 8

4.1.3 PRIVATKUND*INNEN SPIELEN FÜR BANKEN BEI WERTPAPIERDIENSTLEISTUNGEN EINE DOMINANTE ROLLE

In österreichischen Banken wurden 2020 insgesamt 2,12 Mio. (2019: 2,03 Mio.) Wertpapierdepots geführt. Davon handelt es sich bei ca. 97 % (2,06 Mio.) um Depots von Privatkund*innen gemäß WAG 2018. Die restlichen 60.679 Depots (ca. 3 %) werden von professionellen Kund*innen und geeigneten Gegenparteien gehalten. Im Rahmen der individuellen Portfolioverwaltung verwalteten Kreditinstitute insgesamt 41.764 Depots mit einem Gesamtvolumen von 16,86 Mrd. EUR. Im Jahr 2019 waren es 40.509 Depots mit einem Gesamtvolumen von 14,98 Mrd. EUR.

Insgesamt führen die fünf im Ranking führenden Institute mit 680.561 Depots knapp 33 % aller Depots von Privatkund*innen

Bei der Betrachtung nach Sektoren zeichnet sich in Bezug auf Privatkundendepots folgendes Bild: Der Raiffeisensektor führt mit 30 % (2019: 28 %) der Privatkundendepots, gefolgt vom

Aktienbankensektor mit 28 % (2019: 30 %) und dem Sparkassensektor mit 23 % (2019: 21 %). Die übrigen 19 % (2019: 21 %) verteilen sich auf die übrigen Sektoren.

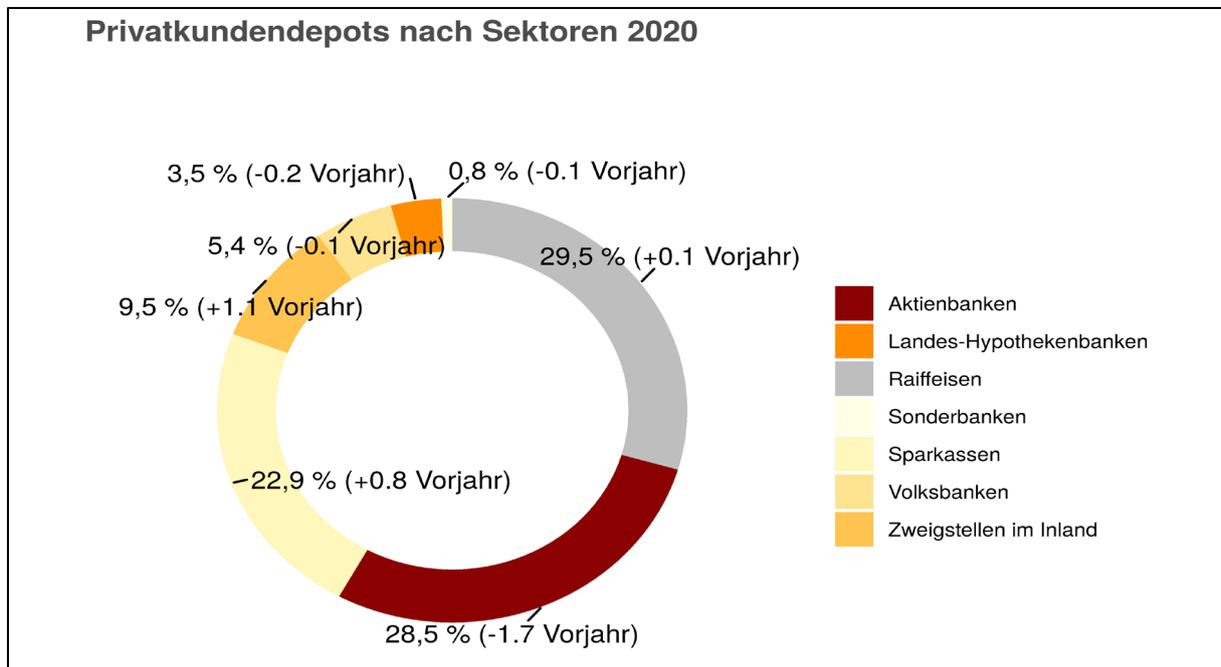


Abbildung 9

5 DER VERTRIEB VON VERSICHERUNGSPRODUKTEN GEHÖRT ZUM GESCHÄFTSMODELL DER MEISTEN ÖSTERREICHISCHEN BANKEN

Im Kalenderjahr 2020 haben 79,74 % aller österreichischen Kreditinstitute (433) Versicherungen vertrieben, das entspricht 85 % aller Conduct-relevanten Kreditinstitute. Dabei wurde von Banken ein Prämienvolumen von 1,71 Mrd. EUR (2019: 1,67 Mrd. EUR)⁶ an 370.012 (2019: 401.491) Kund*innen vertrieben. Davon waren 76.248 (2019: 80.195) Versicherungsanlagekund*innen mit einem Prämienvolumen von 958,73 Mio. EUR (2019: 950,35 Mio. EUR).

Tabelle 2

Jahresvergleich	Vermitteltes Volumen in Mio. EUR 2019	Vermitteltes Volumen in Mio. EUR 2020	Anzahl Kund*innen 2019	Anzahl Kund*innen 2020
Risikoversicherung (ohne Anlage)	719,72	747,04	321.296	293.764
Versicherungsanlage	950,35	958,73	80.195	76.248
Versicherungsvermittlung gesamt	1.670,07	1.705,77	401.491	370.012

⁶ Darin enthalten ist das gesamte eingenommene Prämienvolumen (dh sowohl Bestandsprämie als auch Neuprämienvolumen).

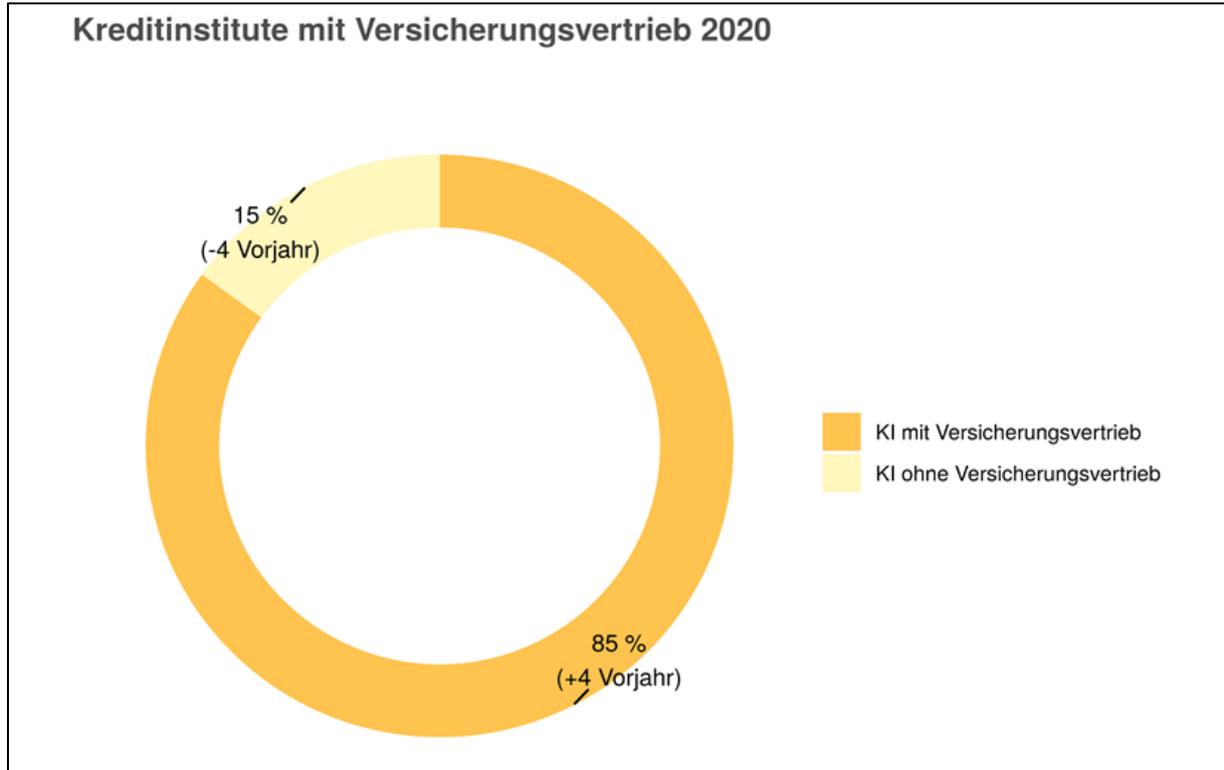


Abbildung 10

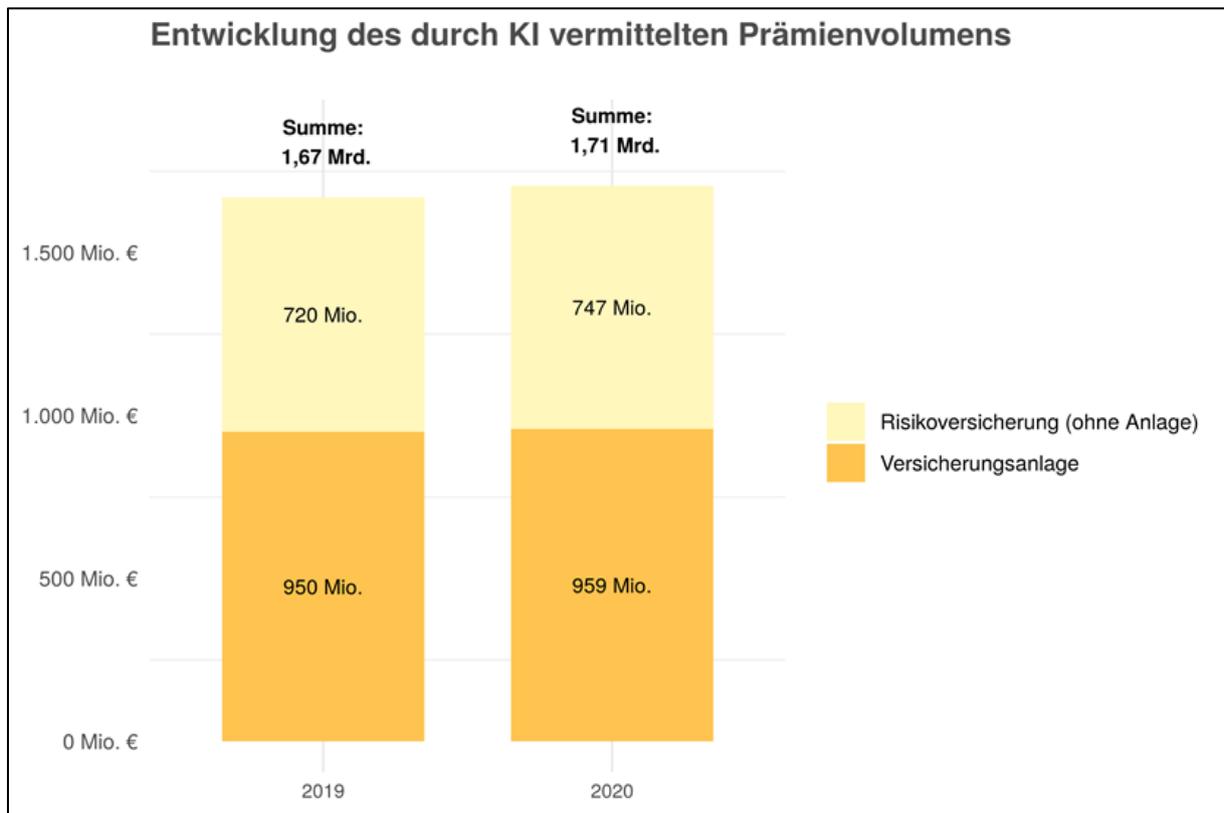


Abbildung 11

Diese Darstellungen zeigen, dass bei einem leichten Rückgang der Zahl der Versicherungskund*innen (Anzahl der Versicherungsverträge) ein größeres Volumen vermittelt wurde.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden über den Vertriebskanal Bank ca 8 % aller verrechneten Prämien (1,71 Mrd EUR) im Vergleich zu den anderen Vertriebskanälen (zB Direktvertrieb durch Versicherungen, Versicherungsvermittler) vertrieben.

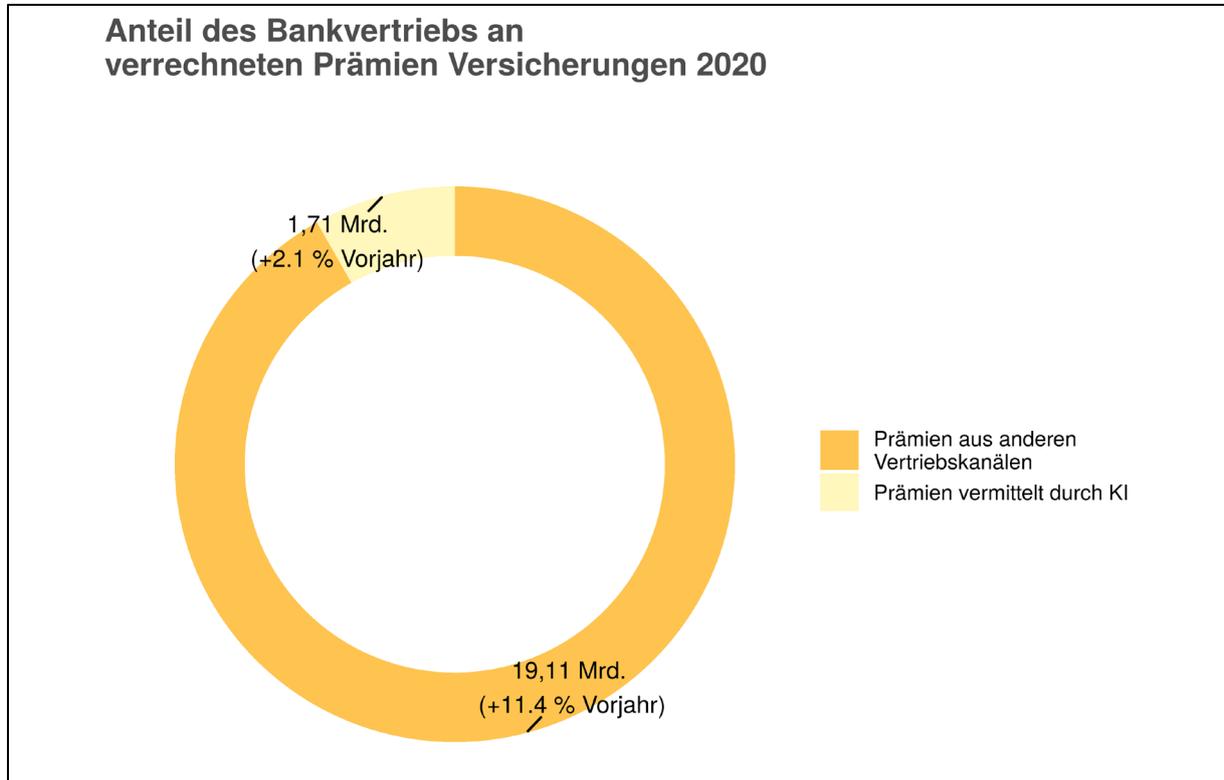


Abbildung 12

Im Hinblick auf Prämien aus Versicherungsanlageprodukten beträgt der Anteil des Vertriebs durch Banken ca 15 %.

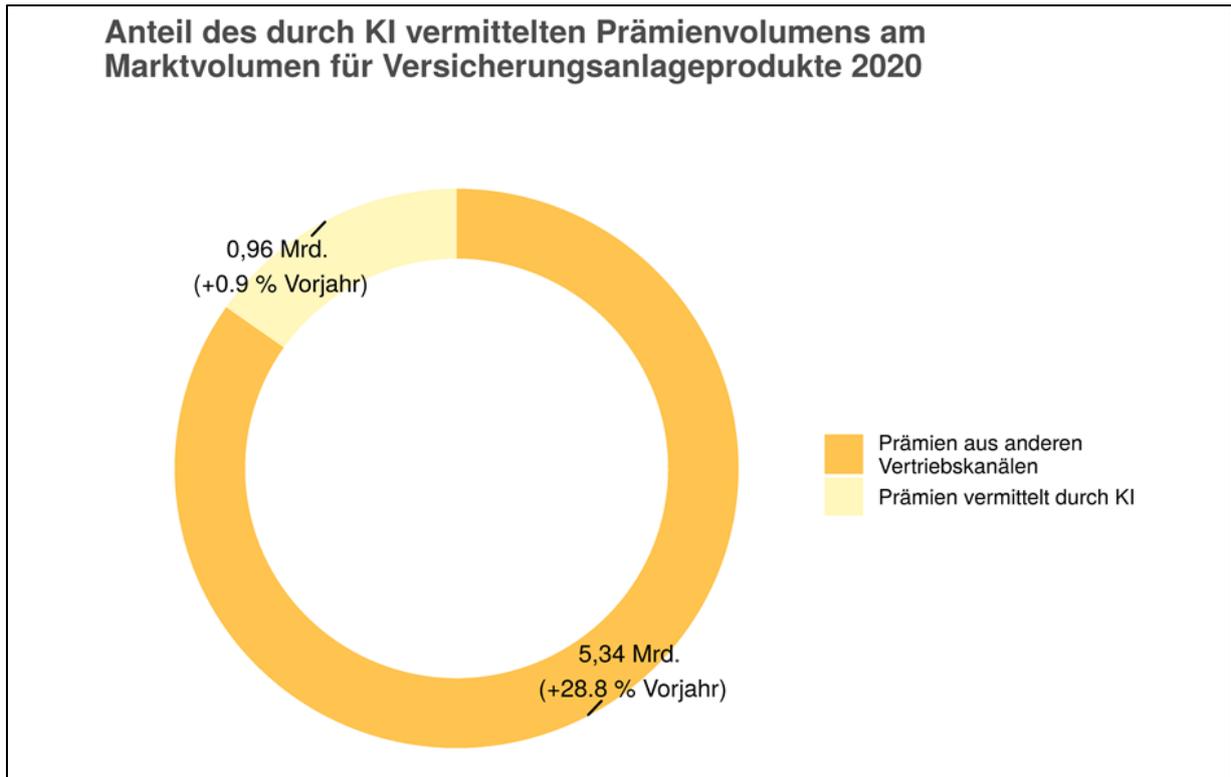


Abbildung 13

6 KREDITVERGABE

6.1 HYPOTHEKAR- UND IMMOBILIENKREDITE

Aus der folgenden Abbildung ist erkennbar, dass im Geschäftsjahr 2020 über zwei Drittel der österreichischen Kreditinstitute (349) Hypothekar- und/oder Immobilienkredite sowohl selbst vergeben als auch vermitteln. 18% der Kreditinstitute (92) vergeben Hypothekar- und/oder Immobilienkredite, vermitteln aber keine. Für ca 13 % der Kreditinstitute (68) sind Hypothekar- bzw Immobilienkredite gar nicht Teil ihres Geschäftsmodells.

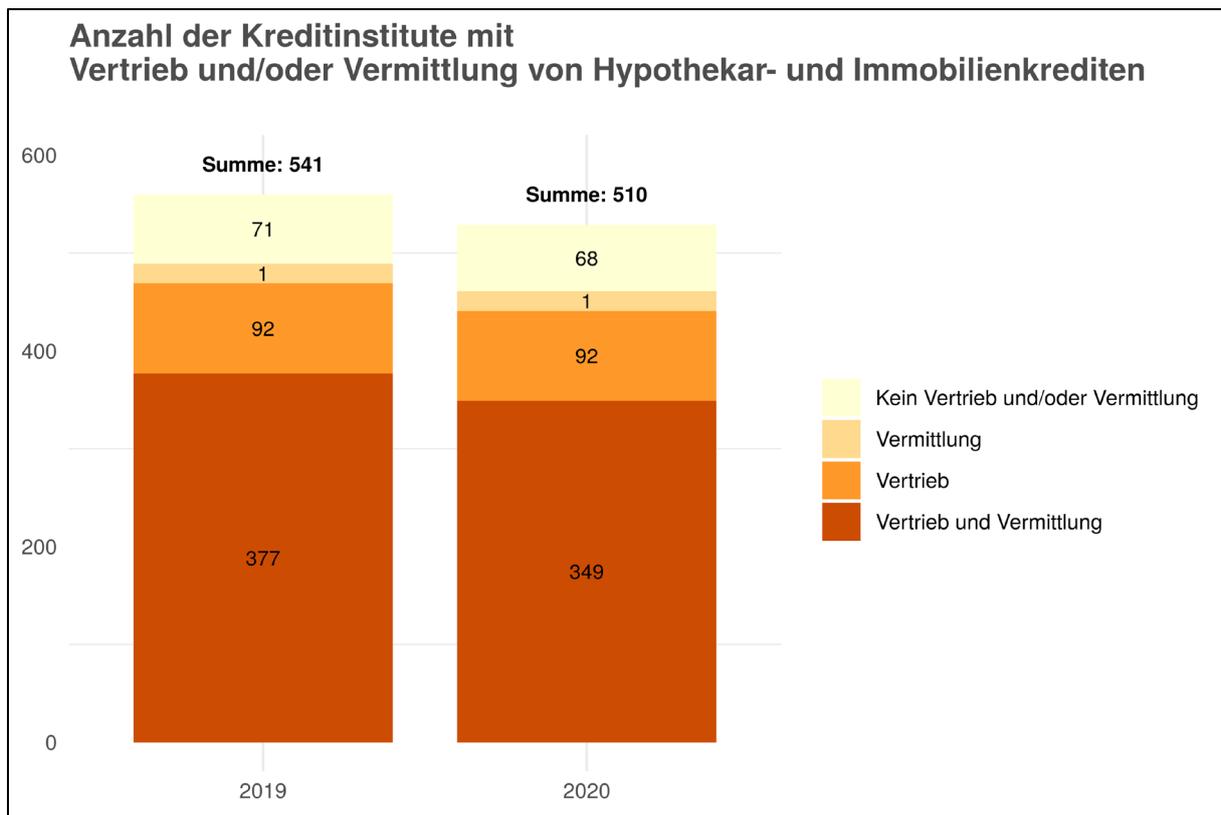


Abbildung 14

6.2 VERBRAUCHERKREDITE

Das Konsumkreditgeschäft unterscheidet sich vom Hypothekar- und Immobilienkreditgeschäft. Die Analyse der Kreditinstitute, welche Konsumkredite anbieten, zeigt, dass sich andere Banken auf das Konsumkreditgeschäft spezialisieren, als jene Banken mit Fokus auf Hypothekar- und Immobilienkrediten. 10 % der Banken (51) gaben an, weder selbst Konsumkredite zu vergeben noch Kredite anderer Banken zu vermitteln. Für 61% der Banken (313) ist die Vergabe von Konsumkrediten Teil ihres Geschäftsmodell, aber nicht die Vermittlung. Während über zwei Drittel der Banken Hypothekar- bzw Immobilienkredite sowohl selbst vergeben als auch vermitteln, ist

dieser Anteil bei Konsumkrediten bloß knapp über ein Viertel (144). Ein Sektor vertreibt Konsumkredite hauptsächlich im Wege der Vermittlung.

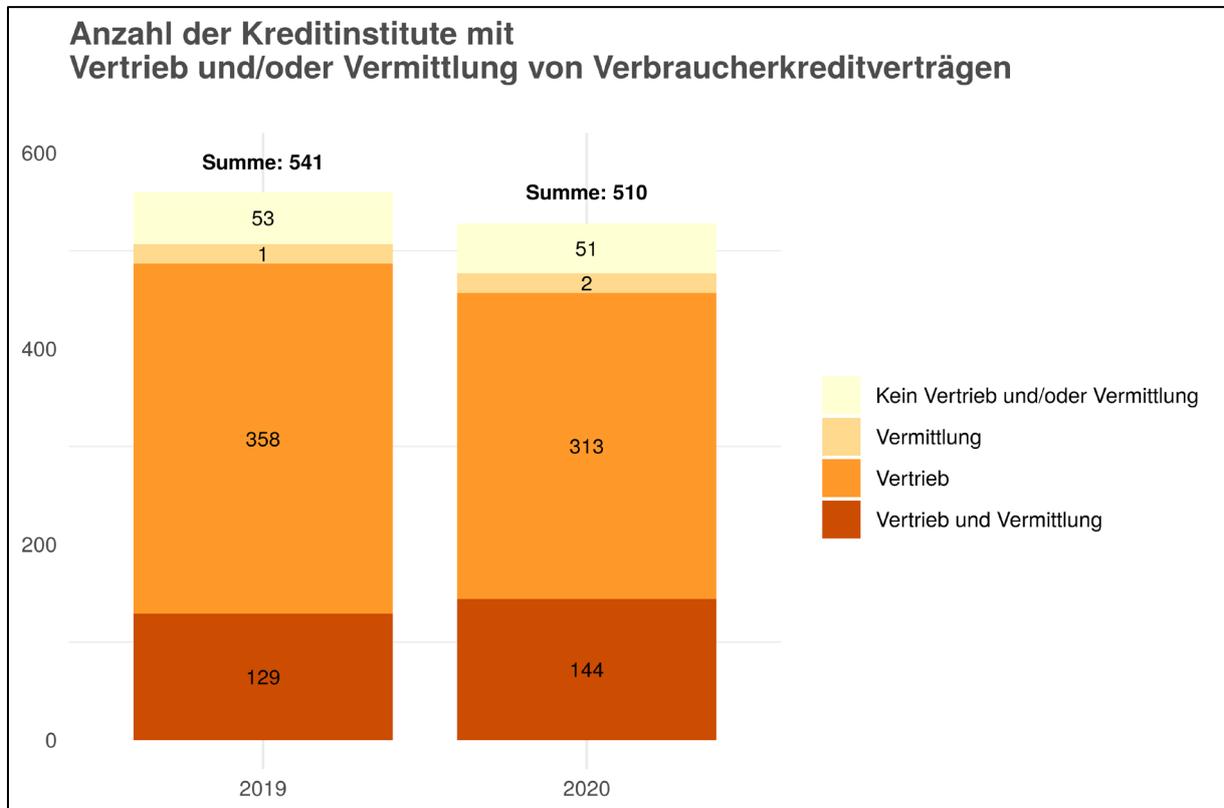


Abbildung 15

7 ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AIFM.....	Alternativer Investmentfonds Manager
BWG.....	Bankwesengesetz
GewO.....	Gewerbeordnung
HIKrG.....	Bundesgesetz über Hypothekar- und Immobilienkreditverträge und sonstige Kreditierungen zu Gunsten von Verbrauchern (Hypothekar- und Immobilienkreditgesetz – HIKrG)
IDD.....	Richtlinie (EU) 2016/97 vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb (Insurance Distribution Directive)
KAG.....	Kapitalanlagegesellschaft
KI.....	Kreditinstitut
MiFID II.....	Richtlinie (EU) 2014/65 vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU (Markets in Financial Instruments Directive)
MiFIR.....	Verordnung (EU) Nr. 600/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 648/2012
Mio.....	Millionen
Mrd.	Milliarden
PRIIPS.....	Packaged Retail and Insurance-based Investment Products
PRIIPS-VO.....	Verordnung (EU) Nr. 1286/2014 vom 26. November 2014 über Basisinformationsblätter für verpackte Anlageprodukte für Kleinanleger und Versicherungsanlageprodukte (PRIIP)
SonderKI.....	Sonderkreditinstitut
VKrG.....	Bundesgesetz über Verbraucherkreditverträge und andere Formen der Kreditierung zu Gunsten von Verbrauchern (Verbraucherkreditgesetz – VKrG)
WAG 2018.....	Wertpapieraufsichtsgesetz 2018
WPDL.....	Wertpapierdienstleistung
WPDLU.....	Wertpapierdienstleistungsunternehmen
WPF.....	Wertpapierfirma
ZaDiG.....	Bundesgesetz über die Erbringung von Zahlungsdiensten 2018 (Zahlungsdienstegesetz 2018 – ZaDiG 2018)