



INTEGRIERTER
BANKENVERTRIEBS
BERICHT 2022

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	Der Trend der sinkenden Privatkund:innenbeziehungen ist weiterhin anhaltend	5
2.3	Banken profitieren weiterhin von vermehrter Anleger:innentätigkeit.....	5
2.4	Trotz Rückgang der Kund:innenanzahl im Bankenvertrieb bei Versicherungsanlageprodukten Anstieg Prämienvolumen	6
3	ÖSTERREICHISCHE BANKENLANDSCHAFT	7
3.1	Überblick Conduct-relevanter Banken	8
3.2	Vertriebstätigkeit der Conduct-relevanten Banken	9
3.3	Kund:innenanzahl	12
3.4	Risikolandschaft der Conduct-relevanten Banken	13
4	BANKEN SPIELEN EINE BEDEUTENDE ROLLE BEIM VERTRIEB VON FINANZPRODUKTEN.....	15
4.1	80 % der österreichischen Anbieter von Wertpapier-dienstleistungen sind Banken	15
4.2	Das Wertpapiergeschäft ist ein wichtiges Geschäftsfeld für Banken.....	16
4.3	Privatkund:innen spielen für Banken bei Wertpapierdienstleistungen eine dominante Rolle	17
5	DER VERTRIEB VON VERSICHERUNGSPRODUKTEN GEHÖRT ZUM GESCHÄFTSMODELL DER MEISTEN ÖSTERREICHISCHEN BANKEN	19
6	KREDITVERGABE	22
6.1	Hypothekar- und Immobilienkredite.....	22
6.2	Verbraucherkreditverträge.....	22
7	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	24

1 EINLEITUNG

Ein entwickelter Finanzmarkt bietet den Verbraucher:innen eine breite Palette an Produkten, die unterschiedliche finanzielle Bedürfnisse abdecken – 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 Finanzmarktrichtlinie (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 die Produkte oder Dienstleistungen für die 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 ist dadurch charakterisiert, 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. bei 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 2021. 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 2022 (Datenstichtag 31.12.2021) in der vorliegenden Fassung wird für das zweite Geschäftsjahr in Folge 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,
- 91 % der österreichischen Banken vertreiben Verbraucherkredite,
- 85 % der österreichischen Banken vertreiben Versicherungen und
- 88 % der österreichischen Banken bieten Wertpapierdienstleistungen an.

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

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 3.2.

2.2 DER TREND DER SINKENDEN PRIVATKUND:INNENBEZIEHUNGEN IST WEITERHIN ANHALTEND

Aus den vorliegenden Zahlen zu Privatkund:innenbeziehungen der österreichischen Banken aus den Geschäftsjahren 2020 auf 2021 ergibt sich eine Verringerung der Kund:innenanzahl um rund 700.000. Die anhaltende Tendenz der sinkenden Anzahl an Privatkund:innenbeziehungen lässt sich im Jahr 2021 wohl auf zwei primäre Sektoren zurückführen. Einerseits ist weiterhin ein Rückgang der Kund:innenanzahl bei den Bausparkassen (rund 340.000 Privatkund:innenbeziehungen weniger) und andererseits ist ein Rückgang in dem Bereich der Zweigstellen im Inland von rund 500.000 Kund:innen ersichtlich.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 3.3

2.3 BANKEN PROFITIEREN WEITERHIN VON VERMEHRTER ANLEGER:INNENTÄTIGKEIT

Aus den analysierten Transaktionsdaten wird sichtbar, dass seit Beginn der COVID-19 Pandemie und aufgrund des Niedrigzinsumfelds vermehrt Anleger:innen am Kapitalmarkt tätig sind. Diese Steigerung wirkt sich weiterhin auch im Geschäftsjahr 2021 positiv auf die Provisionserträge der österreichischen Banken aus: so sind die Einkünfte aus Netto-Wertpapierprovisionen im Geschäftsjahr 2021 um rund 20 % auf 1,67 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 2017, bewegen sich die erwirtschafteten Provisionen im Geschäftsjahr 2021 nach einer leichten Erhöhung bereits im Jahr 2019 weit über dem Stand von 2018.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 4.2.

2.4 TROTZ RÜCKGANG DER KUND:INNENANZAHL IM BANKENVERTRIEB BEI VERSICHERUNGSANLAGEPRODUKTEN ANSTIEG PRÄMIENVOLUMEN

Die Analyse zeigt, dass das Prämienvolumen im Bankenvertrieb von vermittelten Versicherungsprodukten um rund 100 Mio. EUR auf 1,83 Mrd. EUR (2020: 1,71 Mrd. EUR) angestiegen ist, wobei die Kund:innenanzahl lediglich einen leichten Anstieg verzeichnete. Bei Versicherungsanlageprodukten sank die Kund:innenanzahl um rund 8.000 Kunden (um 10 %) auf 68.582 (2020: 76.248), wobei das Prämienvolumen hingegen um 82 Mio. EUR auf 1.040,66 Mio. EUR (2020: 958,73 Mio. EUR) gestiegen ist.

Nähere Ausführungen hierzu siehe Kapitel 5.

3 ÖSTERREICHISCHE BANKENLANDSCHAFT



521

Konzessionierte
Kreditinstitute



3.423

Filialen



21,7 Mio.

Kundenbeziehungen



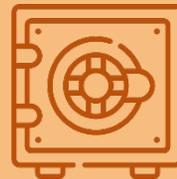
132.850

Beschwerden an Kreditinstitute



429

Kreditinstitute mit
Wertpapiervertrieb



2,23 Mio.

Privatkundendepots



417

Kreditinstitute mit
Versicherungsvertrieb



1,83 Mrd.

über Banken vertriebenes
Prämienvolumen
von Versicherungsprodukten



37 %

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



1.002,93

Mrd.
Gesamtbilanzsumme der
Conduct-relevanten Banken*

Datenstichtag: 31.12.2021

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

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

3.1 ÜBERBLICK CONDUCT-RELEVANTER BANKEN

Von den insgesamt 521 in Österreich konzessionierten Banken zum Stichtag 31.12.2021 werden 487 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).

Anzahl conduct-relevanter Kreditinstitute nach Sektoren

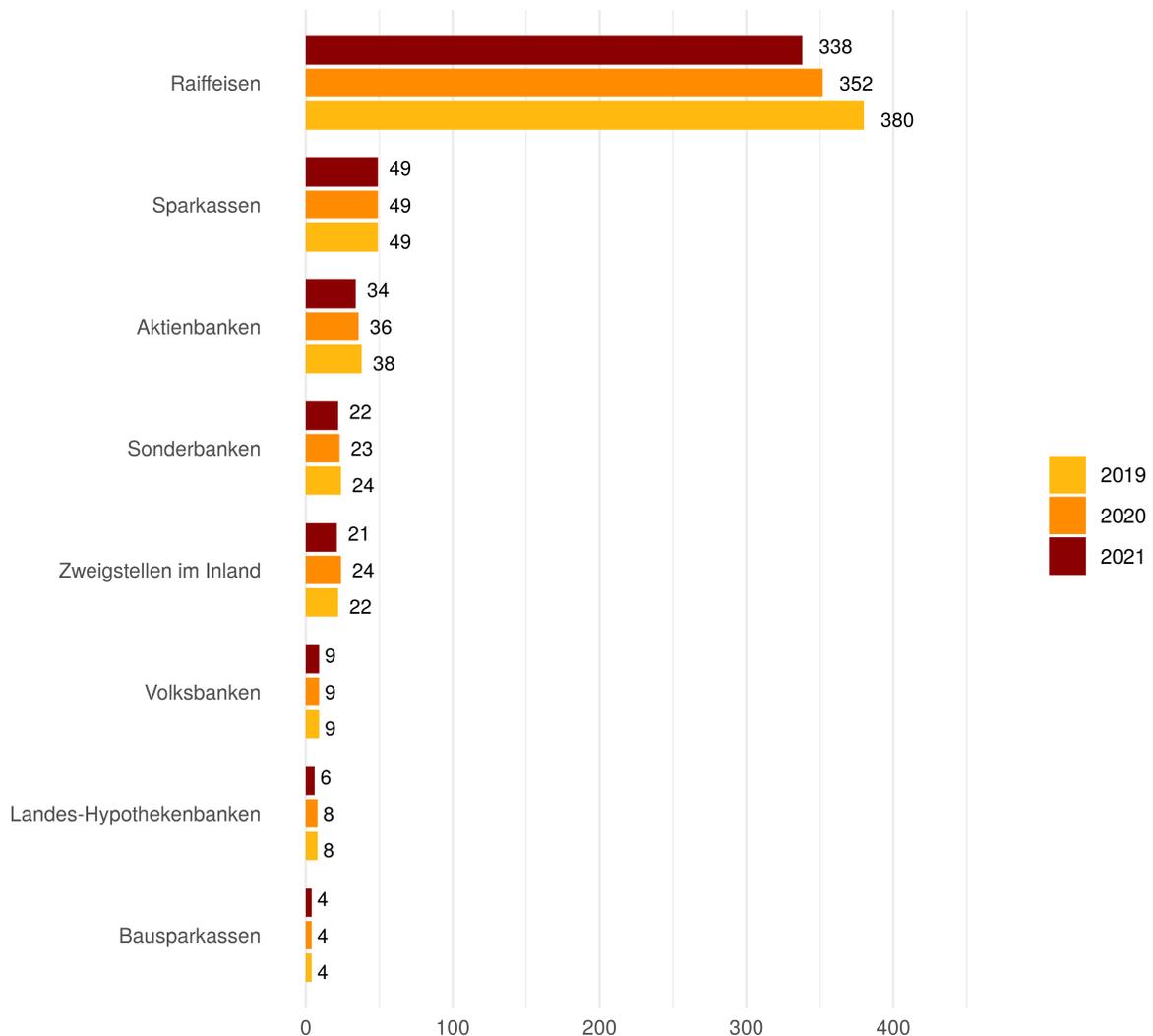


Abbildung 2¹

3.2 VERTRIEBSTÄTIGKEIT DER CONDUCT-RELEVANTEN BANKEN

Betrachtet man die Vertriebstätigkeit der insgesamt 487 Conduct-relevanten Kreditinstitute, vertreiben 87 % davon Hypothekarkredite, 91 % Verbraucherkredite, 85 % Versicherungen und 88 % davon Wertpapierdienstleistungen.

Folgende Abbildung stellt die Vertriebstätigkeit der vier im Bankenvertriebsbericht analysierten Produktbereiche (Hypothekarkredite im Sinne des Hypothekar- und Immobilienkreditgesetzes

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.

(HIKrG), Verbraucherkredite im Sinne des Verbraucherkreditgesetzes (VKrG), Versicherungen bzw die Erbringung von Wertpapierdienstleistungen) pro Basissektor im Jahresvergleich dar.

Vertriebstätigkeit

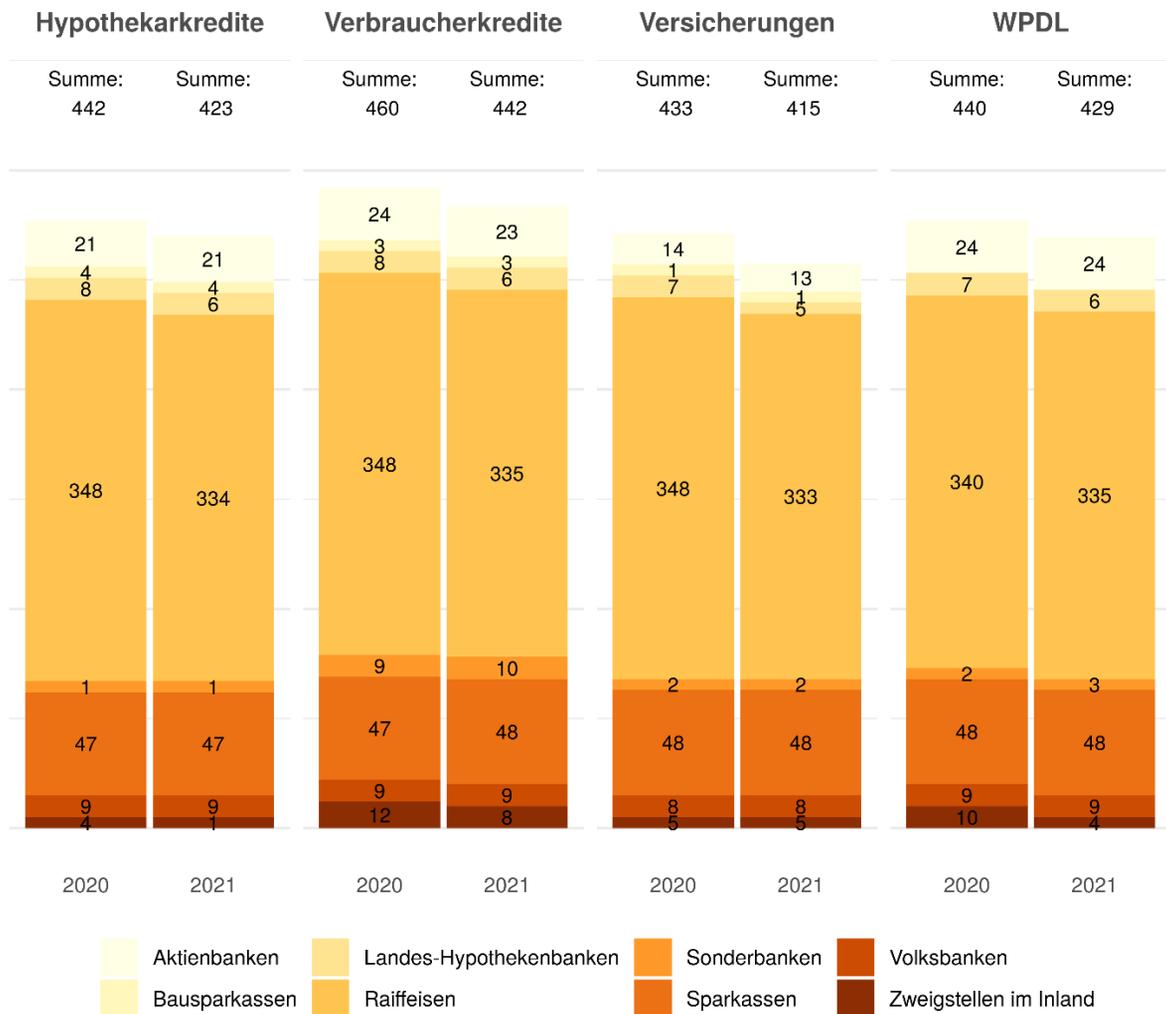


Abbildung 3

Aus diesem Vergleich ist ersichtlich, dass nahezu alle Raiffeisenbanken, Sparkassen und Volksbanken in allen vier Geschäftsbereichen tätig sind, im Schnitt über 98 % pro Produktbereich (wobei aber nur 89 % der Volksbanken im Versicherungen vertreiben).

Alle Landeshypothekenbanken vertreiben Hypothekar- und Verbraucherkredite sowie Wertpapierdienstleistungen und zum Großteil auch Versicherungen (83 %).

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 rund 60 % bieten auch Hypothekarkredite an.

Bei Zweigstellen im Inland bieten rund 40 % Verbraucherkredite an, Wertpapierdienstleistungen und Versicherungen werden jedoch nur von weniger als ein Viertel vertrieben. Hypothekarkredite werden sogar nur von einer Zweigstelle (5 %) vertrieben.

<i>Sektor</i>	<i>Hypothekarkredite</i>	<i>Verbraucherkredite</i>	<i>Versicherungen</i>	<i>WPDL</i>
Aktienbanken	62 %	68 %	38 %	71 %
Bausparkassen	100 %	75 %	25 %	0 %
Landes-Hypothekenbanken	100 %	100 %	83 %	100 %
Raiffeisen	99 %	99 %	99 %	99 %
Sonderbanken	5 %	45 %	9 %	14 %
Sparkassen	96 %	98 %	98 %	98 %
Volksbanken	100 %	100 %	89 %	100 %
Zweigstellen im Inland	5 %	38 %	24 %	19 %

Tabelle 1

3.3 KUND:INNENANZAHL

Im Jahr 2021 betreuten österreichische Kreditinstitute insgesamt rd. 20,63 Mio. Privatkund:innen² (2020: 21,35 Mio.). Unter Privatkund:innen werden in diesem Zusammenhang Veranlagungs-, Finanzierungs- oder sonstige Kund:innenbeziehungen des Unternehmens verstanden und sind sowohl Privat- als auch Firmenkund:innen umfasst.

Kundenanzahl nach Sektoren

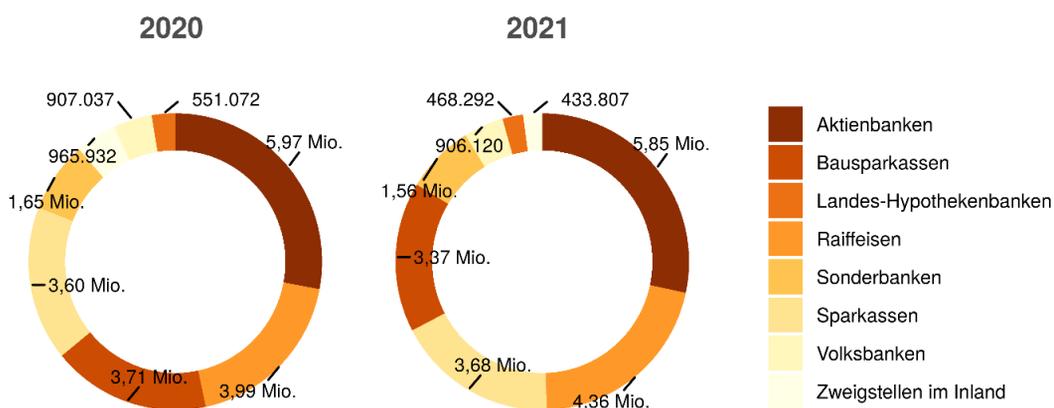


Abbildung 4

Den Großteil teilen sich der Aktienbanken-, Raiffeisen-, Bausparkassen- und Sparkassensektor mit insgesamt 17,26 Mio. (2020: 17,27 Mio.) Kund:innen. Die anhaltende Tendenz der sinkenden Anzahl an Privatkund:innenbeziehungen lässt sich im Jahr 2021 wohl auf zwei primäre Sektoren zurückführen. Einerseits ist weiterhin ein Rückgang der Kund:innenanzahl bei den Bausparkassen (rund 340.000 Privatkund:innenbeziehungen weniger) ersichtlich. Dieser Rückgang wurde bereits 2021 analysiert und ist aus Sicht der Aufsicht vor allem auf das langanhaltende Niedrigzinsumfeld zurückzuführen, welches sich naturgemäß auch auf das Sparverhalten der Kund:innen auswirkt. Ebenfalls ist ein Rückgang in dem Bereich der Zweigstellen im Inland von rund 500.000 Kund:innen ersichtlich, dies ist wohl durch den Rückzug unterschiedlicher Institute aus dem österreichischen Markt erklärbar. Der Anstieg im Raiffeisen-Sektor ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass im Jahr 2021 zwei Landes-Hypothekenbanken übernommen wurden.

Die Bank mit der höchsten Anzahl an Privatkund:innenbeziehungen (3 Mio.) hat fast die doppelte Anzahl im Vergleich zur zweitgrößten Bank. Vier Banken haben über 1 Mio. Privatkund:innen. Die fünf größten Banken betreuen insgesamt etwa 7,68 Mio. Privatkund:innen (2020: 8,11 Mio.). Im Ranking der fünf Banken mit den meisten Privatkund:innen gab es zwischen den Geschäftsjahren

² Ein/e einzelne/r natürliche/r Kund:innen kann bei mehreren Kreditinstituten eine Bankverbindung haben.

2020 und 2019 leichte Veränderungen. Die zehn größten Banken betreuen zahlenmäßig zusammen bereits über die Hälfte (ca. 51,58 %) 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.

Conduct-Risikolandschaft nach Sektoren

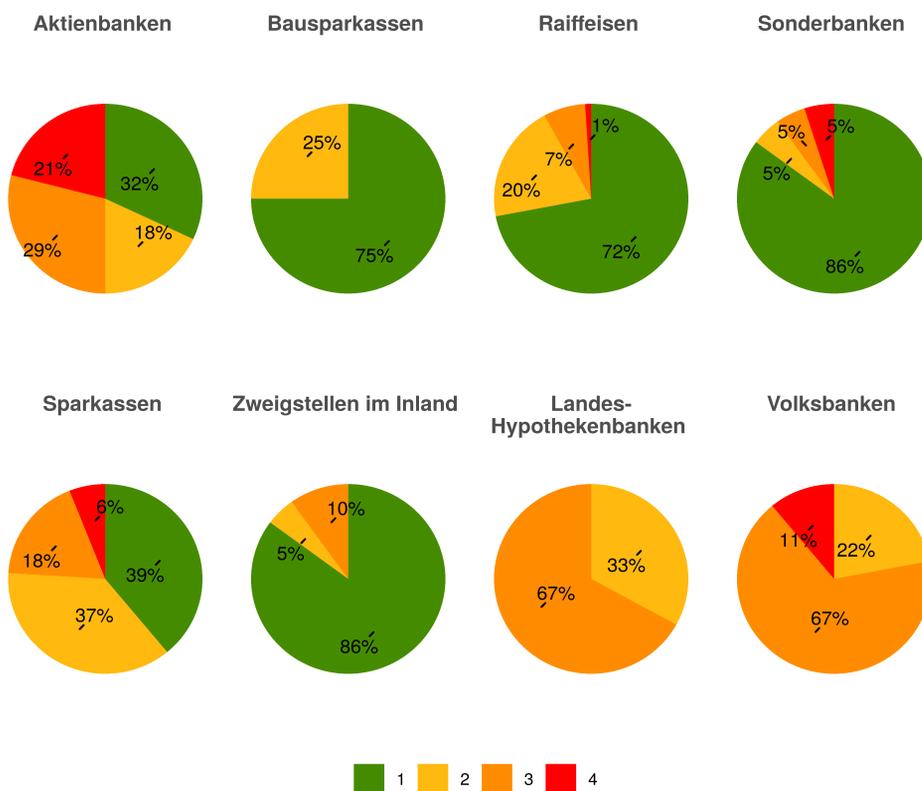


Abbildung 5

Conduct-Risikolandschaft 2021

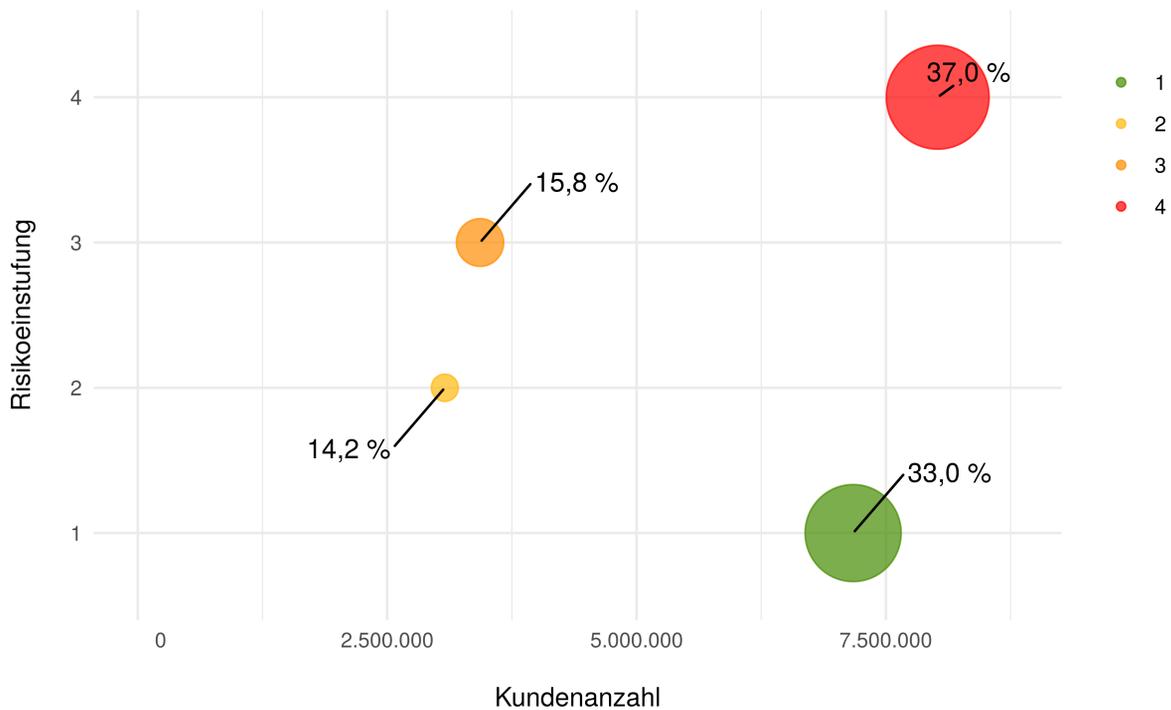


Abbildung 6

Betrachtet man das Ergebnis der Conduct-Risikoeinstufung für das Jahr 2021 und stellt diese mit der Anzahl der Kund:innen gegenüber, wird ersichtlich, dass 37,0 % aller Kund:innen von 15 Conduct-relevanten Banken mit einem hohen Risikoprofil (Stufe 4) betreut werden.

15,8 % der Kund:innen werden von 55 Conduct-relevanten Kreditinstituten in der erhöhten Risikostufe (Stufe 3), 14,2 % der Kund:innen von Conduct-relevanten Banken in der moderaten Risikostufe (Stufe 2) sowie 33,0 % 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 80 % 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.

Konzessionierte Anbieter von Wertpapierdienstleistungen 2021

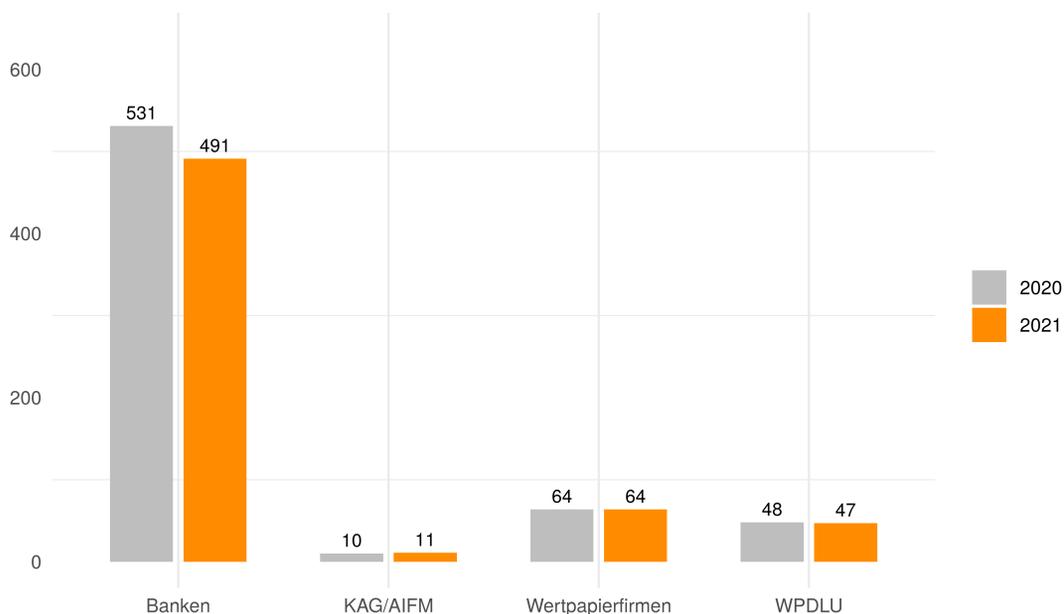


Abbildung 7

Im Jahr 2021 waren in Österreich insgesamt 490 (2020: 531) Banken⁴ per Legalkonzession berechtigt, Wertpapierdienstleistungen gemäß WAG 2018 anzubieten. Davon gaben insgesamt 429 (2020: 440) Banken (= 88 %, 2020: 83 %) an, dass sie tatsächlich Wertpapierdienstleistungen anbieten.

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

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

Neben Banken sind in Österreich zum Stichtag 31.12.2021 insgesamt 64 (2020: 64) Wertpapierfirmen, 47 (2020: 48) WPDLU sowie insgesamt 11 (2020: 10) KAG bzw. AIFM berechtigt, Wertpapierdienstleistungen gemäß WAG 2018 anzubieten.

4.2 DAS WERTPAPIERGE SCHÄFT IST EIN WICHTIGES GESCHÄFTSFELD FÜR BANKEN

Die Netto-Wertpapierprovisionserträge⁵ der Kreditinstitute aus der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen betragen im Jahr 2021 insgesamt 1,67 Mrd. EUR (1,39 Mrd. EUR in 2020) und konnten somit 2021 um rund 20 % gesteigert werden. Durchschnittlich entspricht dies ca. 11 % der Gesamtbetriebserträge. Die Steigerung der Netto-Wertpapierprovisionen zeigt in der nachfolgenden Abbildung sich u.a. bei Aktienbanken, im Raiffeisen-Sektor sowie bei Sparkassen. Absolut konnten Aktienbanken ihre Provisionen um rund 103 Mio. EUR steigern, der Raiffeisen-Sektor um 78 Mio. EUR sowie der Sparkassensektor um 74 Mio. EUR.

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 2017 bis 2021 (siehe Abbildung "Entwicklung erwirtschaftete Netto-Wertpapierprovisionen"), bewegen sich die erwirtschafteten Provisionen im Jahr 2021 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 sich dies auch für die österreichischen Banken positiv auf ihre Provisionsergebnisse auswirkt: so sind die Netto-Wertpapierprovisionen im Geschäftsjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 280 Mio. EUR auf 1,67 Mrd. EUR gestiegen.

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.

Entwicklung erwirtschaftete Netto-Wertpapierprovisionen nach Sektoren 2021

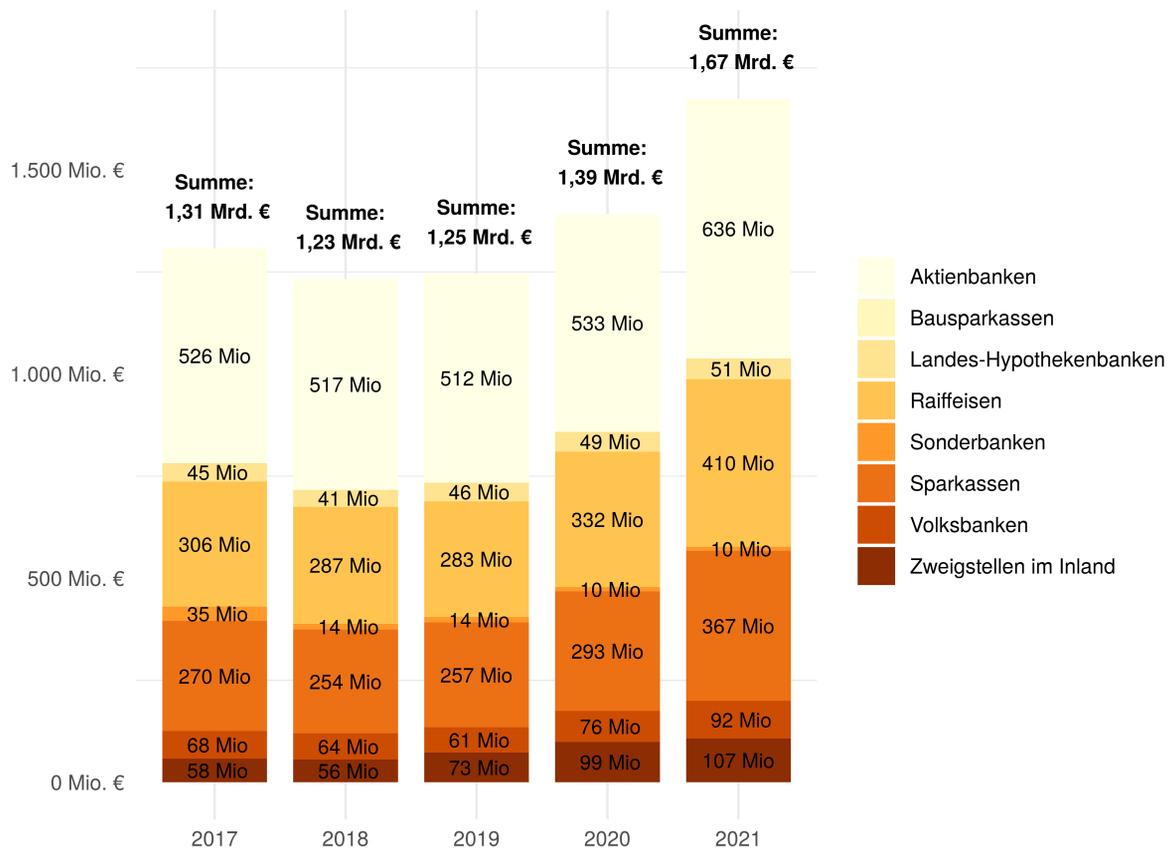


Abbildung 8

4.3 PRIVATKUND:INNEN SPIELEN FÜR BANKEN BEI WERTPAPIER-DIENSTLEISTUNGEN EINE DOMINANTE ROLLE

In österreichischen Banken wurden 2021 insgesamt 2,23 Mio. (2020: 2,12 Mio.) Wertpapierdepots geführt. Davon handelt es sich bei ca. 98 % (2,19 Mio.) um Depots von Privatkund:innen gemäß WAG 2018. Die restlichen 46.805 Depots (ca. 2 %) werden von professionellen Kund:innen und geeigneten Gegenparteien gehalten. Im Rahmen der individuellen Portfolioverwaltung verwalteten Kreditinstitute insgesamt 44.798 Depots mit einem Gesamtvolumen von 19,4 Mrd. EUR. Im Jahr 2020 waren es 41.764 Depots mit einem Gesamtvolumen von 16,86 Mrd. EUR.

Insgesamt führen die fünf im Ranking führenden Institute mit 843.672 Depots knapp 39 % aller Depots von Privatkund:innen. Es zeigt sich, dass Kreditinstitute, die ebenfalls im Online-Broker Geschäft tätig sind, stark vertreten sind.

Bei der Betrachtung nach Sektoren zeichnet sich in Bezug auf Privatkund:innendepots folgendes Bild: Der Aktienbankensektor führt mit 31,8 % (2020: 28,4 %) der Privatkund:innendepots, gefolgt

vom Raiffeisensektor mit 29,2 % (2020: 29,5 %) und dem Sparkassensektor mit 22,3 % (2020: 22,9 %). Die übrigen 16,7 % (2020: 19,2 %) verteilen sich auf die übrigen Sektoren.

Privatkundendepots nach Sektoren 2021

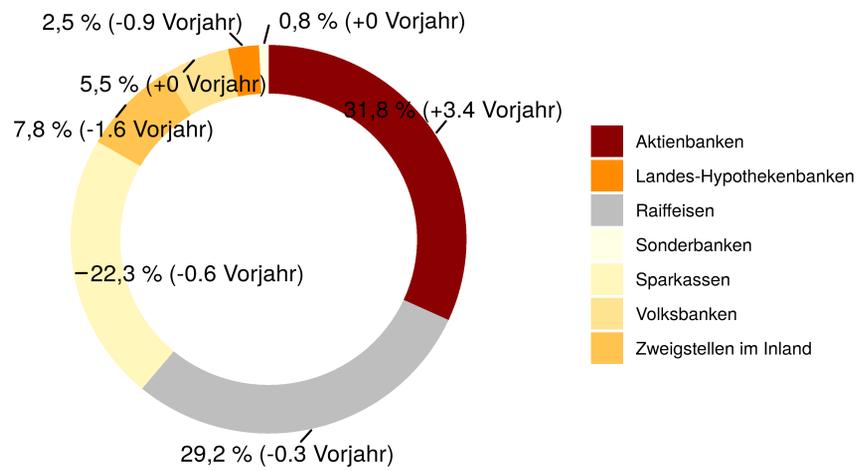


Abbildung 9

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

Im Kalenderjahr 2021 haben 82,67 % aller österreichischen Kreditinstitute (415) Versicherungen vertrieben, das entspricht 85 % aller Conduct-relevanten Kreditinstitute. Dabei wurde von Banken ein Prämienvolumen von 1,83 Mrd. EUR (2020: 1,71Mrd. EUR)⁶ an 370.198 (2020: 370.012) Kund:innen vertrieben. Davon waren 68.582 (2020: 76.248) Versicherungsanlagekund:innen mit einem Prämienvolumen von 1.040,66 Mio. EUR (2020: 958,73 Mio. EUR).

Kreditinstitute mit Versicherungsvertrieb 2021

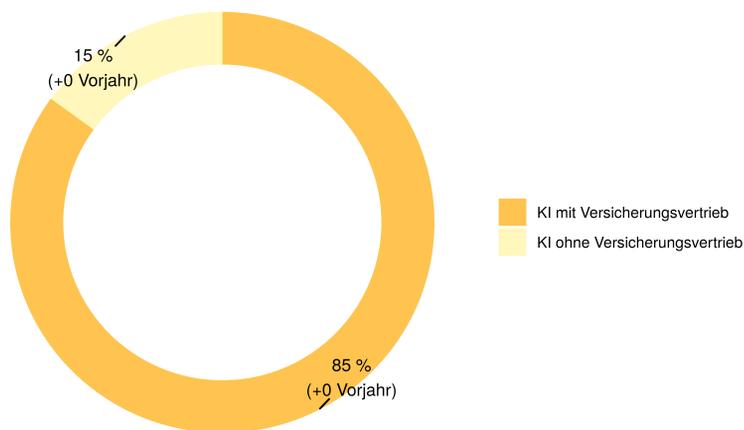


Abbildung 10

Vergleich zu Vorjahr	Vermitteltes Volumen in Mio. EUR 2020	Vermitteltes Volumen in Mio. EUR 2021	Anzahl Kund:innen 2020	Anzahl Kund:innen 2021
Risikoversicherung (ohne Anlage)	747,04	793,86	293.764	301.616
Versicherungsanlage	958,73	1.040,66	76.248	68.582
Versicherungsvermittlung gesamt	1.705,77	1.834,52	370.012	370.198

Tabelle 2

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

Entwicklung des durch KI vermittelten Prämienvolumens

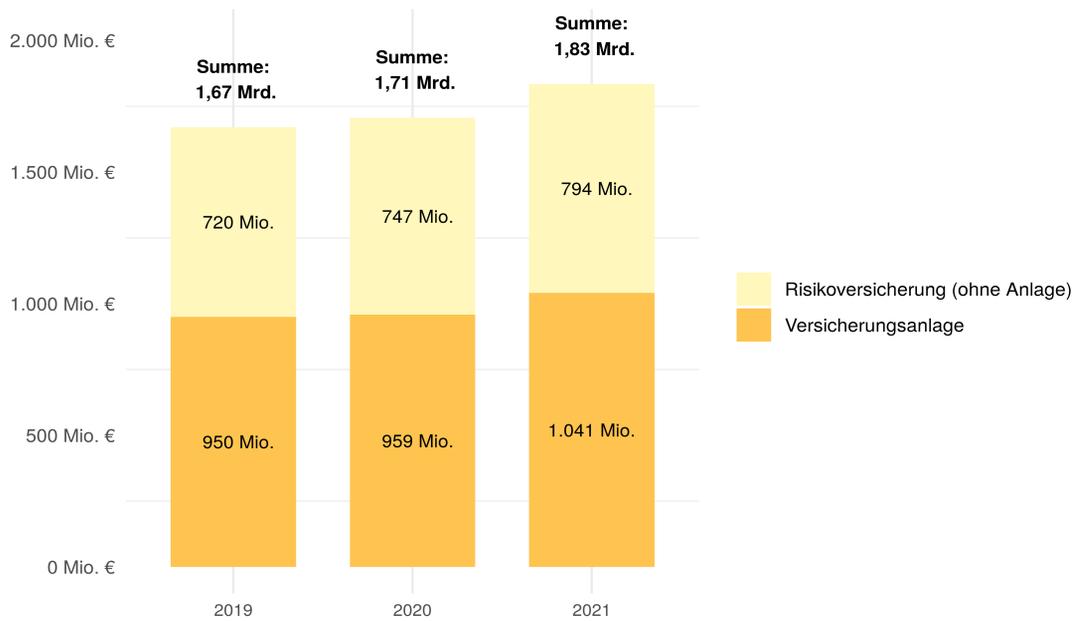


Abbildung 11

Diese Darstellungen zeigen, dass sowohl die gesamte Anzahl der Versicherungskund:innen (Anzahl der Versicherungsverträge) sowie die vermittelten Prämienvolumina gestiegen sind. Bei Versicherungsanlageprodukten ist hingegen die Anzahl der Kund:innen (Versicherungsverträge) 2021 um etwa 10 % gesunken, obwohl das Prämienvolumen entsprechend gestiegen ist.

Im Geschäftsjahr 2021 wurden über den Vertriebskanal Bank ca. 9 % der verrechneten Prämien (2 Mrd. EUR) im Vergleich zu den anderen Vertriebskanälen (zB Direktvertrieb durch Versicherungen, Versicherungsvermittler) vertrieben.

Anteil des Bankvertriebs an verrechneten Prämien Versicherungen 2021

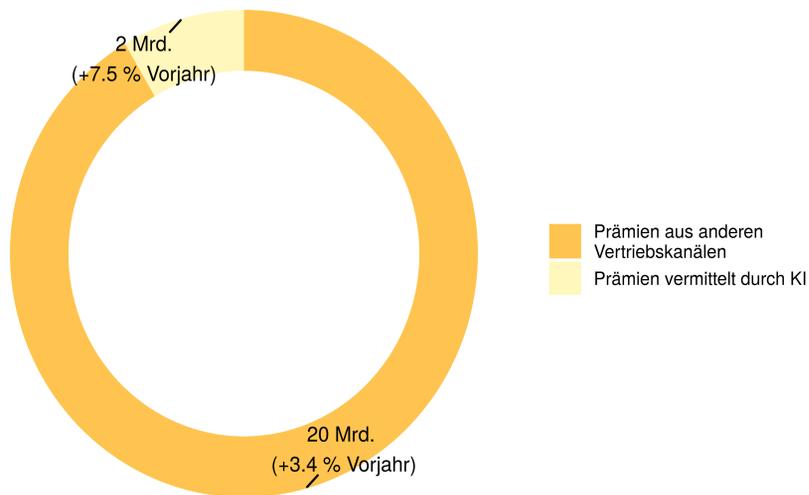


Abbildung 12

Im Hinblick auf Prämien aus Versicherungsanlageprodukten beträgt der Anteil des Vertriebs durch Banken ca 17 %.

Anteil des durch KI vermittelten Prämienvolumens am Marktvolumen für Versicherungsanlageprodukte 2021

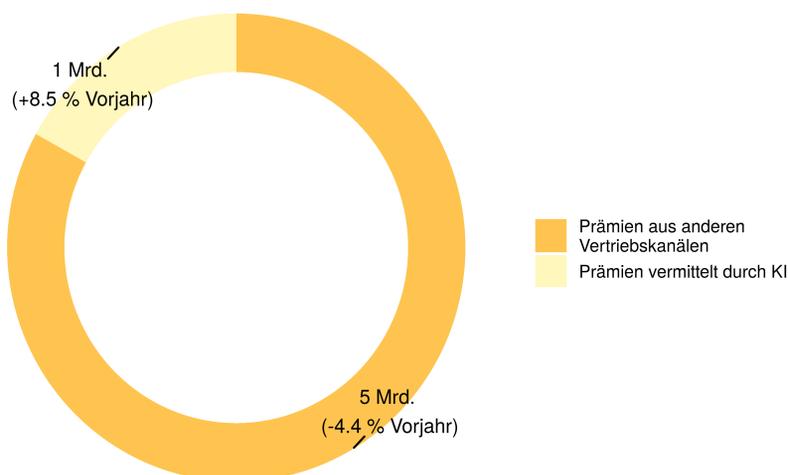


Abbildung 13

6 KREDITVERGABE

6.1 HYPOTHEKAR- UND IMMOBILIENKREDITE

Aus der folgenden Abbildung ist erkennbar, dass im Geschäftsjahr 2021 über die Hälfte der österreichischen Kreditinstitute (324) Hypothekar- und/oder Immobilienkredite sowohl vergeben als auch vermitteln. 20 % der Kreditinstitute (98) vergeben Hypothekar- und/oder Immobilienkredite, vermitteln aber keine. Für ca. 13 % der Kreditinstitute (68) sind Hypothekar- bzw. Immobilienkredite gar nicht Teil ihres Geschäftsmodells.

Anzahl der Kreditinstitute mit Vertrieb und/oder Vermittlung von Hypothekar- und Immobilienkrediten

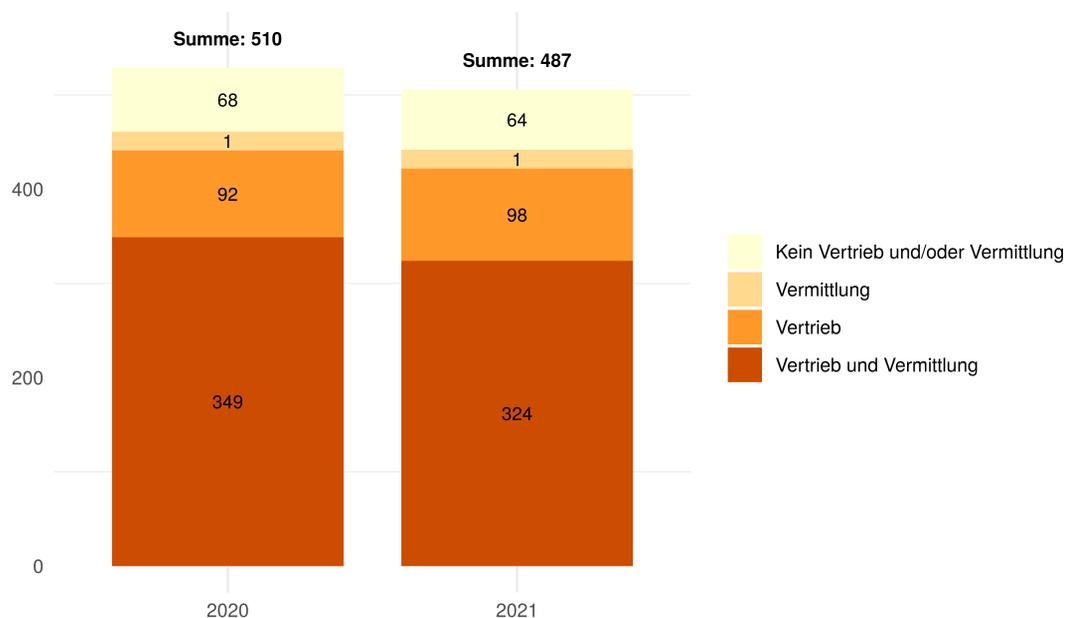


Abbildung 14

6.2 VERBRAUCHERKREDITVERTRÄGE

Das Konsumkreditgeschäft unterscheidet sich wesentlich 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. 9 % der Banken (45) gaben an, weder selbst Konsumkredite zu vergeben noch Kredite anderer Banken zu vermitteln. Für 62 % der Banken (304) ist die Vergabe von Konsumkrediten Teil ihres Geschäftsmodelles, aber nicht die Vermittlung. Während über zwei Drittel der Banken Hypothekar- bzw Immobilienkredite sowohl selbst vergeben

als auch vermitteln, ist dieser Anteil bei Konsumkrediten rund ein Viertel (135). Ein Sektor vertreibt Konsumkredite hauptsächlich im Wege der Vermittlung.

Anzahl der Kreditinstitute mit Vertrieb und/oder Vermittlung von Verbraucherkreditverträgen

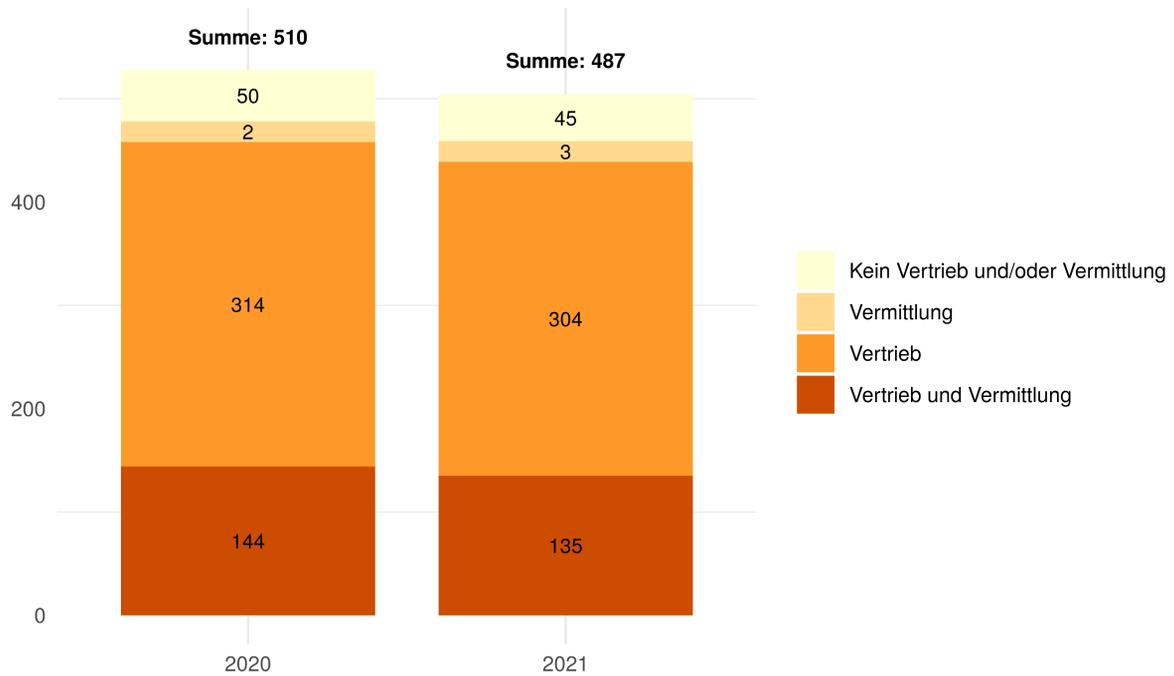


Abbildung 15

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)