

Banken

Bitte warten

Die Banken setzen auf Automaten, um die Kosten zu senken. Doch ihre Kunden wollen lieber bedient werden.

Eine Düsseldorferin brauchte Bares, sie ging zum Geldautomaten der Kundenkreditbank in der Nachbarschaft.

Zweimal gab sie, ganz korrekt, ihre Geheimnummer ein, zweimal leuchtete auf dem Monitor die Nachricht auf: „Geldabheben nicht möglich, bitte erst Rücksprache mit Ihrem Geldinstitut“.

Der Rat ließ sich nicht befolgen, es war Samstag und die Bank geschlossen. Deshalb tippte die Sparkassen-Kundin ein drittes Mal ihre Nummer – da zog der Automat „aus Sicherheitsgründen“ ihre Karte ein.

Erlebnisse dieser Art sind keine Seltenheit, bei den Verbraucherverbänden häufen sich die Klagen verärgelter Bankkunden. Hartnäckig weigern sich viele sogar, die Automaten zu benutzen, sie wollen oft ihre Geheimnummer gar nicht wissen – sehr zum Ärger der Bankmanager.

Die Automaten sind inzwischen zu Tausenden über die Republik verteilt, sie stehen in Banken, Einkaufszentren und Flughäfen. Sie geben Geld aus oder drucken Kontoauszüge. Die Deutsche Bank will allein in diesem Jahr 400 neue Automaten aufstellen. Die jüngste Geräte-Generation ermöglicht Überweisungen oder Daueraufträge.

Für die Banken haben all diese Geräte einen entscheidenden Vorteil: Die Kunden übernehmen, ohne Bezahlung natürlich, die Arbeit ihrer Angestellten. Das senkt die Personalkosten erheblich.

Doch was nutzen die teuren Automaten, wenn die Kunden dennoch zum Angestellten gehen? Viele möchten weiterhin bedient werden, sie wollen Belege ausgefüllt bekommen oder aufgeklärt werden über die verschlüsselten Botschaften auf den Kontoauszügen. Oft müssen fehlgeleitete Buchungen überprüft werden, was besonders zeitraubend ist.

Strategen des Geldgewerbes hatten noch vor einigen Jahren gehofft, die Beziehung zwischen Kundschaft und Bank könnte weitestgehend automatisiert werden. Der Kunde, so war es geplant, erledigt seine Geldgeschäfte zu Hause vor dem Fernseher. Über Bildschirmtext sollte er Geld von einem Konto zum anderen bewegen.

Doch Bildschirmtext erwies sich als Flop. Die Technik ist kompliziert und nervtötend langsam. Es dauert dreimal länger, eine Überweisung einzutippen, als den Beleg mit Kuli auszufüllen.

Kein Wunder, daß die Teilnehmerzahl, die sich die Deutsche Bank für Mitte der achtziger Jahre vorgenommen hatte, selbst heute noch nicht erreicht ist. Lediglich 17 000 ihrer 5,2 Millionen Privatkunden nutzen den Fernseher für Geldgeschäfte.

Eine zweite Hoffnung der Bankstrategen sollte sich ebenfalls nicht erfüllen: Sie wollten reine Automatenfilialen einführen.

Eine der ersten vollelektronischen Filialen wurde Mitte 1986 in der Züricher Bahnhofstraße eröffnet. Rund um die Uhr können die Kunden dort an Automaten hantieren. Der Changeomat tauscht sechs verschiedene Währungen gegen Schweizer Franken, der Travelermat stellt Reiseschecks aus. Natürlich gibt es einen automatischen Safe, selbst

räume anheimelnd gestalten ließ. Die lange Zeit „vernachlässigte Nahtstelle zwischen Mensch und Maschine“ müsse humanisiert werden, meinte der eigens engagierte Stardesigner Luigi Colani.

Colanis Humanisierung aber lockt die Kunden auch nicht in die Automatenhöhle. Manche werden sogar abgeschreckt, sie empfinden die türkis gestrichene Colani-Halle als ebenso abweisend wie ein kaltes, gekacheltes Badezimmer.

Die komplizierte Mensch-Maschine-Beziehung ist für die Banker ein Problem geworden. Denn Selbstbedienung sei deutlich billiger, sagt Burkhardt Pauluhn, bei der Deutschen Bank mitverantwortlich für das Privatkundengeschäft. Gegen die Maschine hat der Mensch hinterm Tresen keine Chance.



Kunden am Geldautomaten: Wer zur Kasse geht, zahlt drauf

Aktien und Anleihen können geordert werden.

Fragen dürfen bei den Kunden allerdings nicht aufkommen. Hinter dem Tresen am Eingang steht niemand. Lediglich ein Schild verweist „für Beratung und Auskunft“ auf die Schalter 23 und 24 in der Zentrale.

Ursprünglich plante die Bankgesellschaft bis 1988 allein in Zürich zehn vollelektronische Geschäftsstellen. Bis heute sind es gerade einmal drei.

Mehr als ein paar Filialen gibt es auch in der Bundesrepublik nicht. Die Selbstbedienungshallen würden kaum angenommen, weil der Kunde zu sehr auf sich gestellt bleibe, meint Jürgen Kallmeyer, der Bankautomaten für Siemens Nixdorf vertreibt.

Da nutzte es auch wenig, daß die Noris Verbraucherbank ihre Maschinen-

Die Kassierer, so eine Studie der Deutschen Bank, brauchen drei- bis fünfmal so lange für eine Buchung. Der vom Kunden eingereichte Scheck muß geprüft, Zahlen müssen in den Computer eingetippt, Geld muß abgezählt und ausgehändigt werden – und ein Schwätzchen an der Kasse kostet weitere Zeit.

Die Deutsche Bank versucht deshalb, ihre Kunden an die Automaten zu zwingen. Wer weiter zur Kasse geht, muß zahlen – bis zu 1,20 Mark. Selbst in Filialen, die noch keinen Automaten im Foyer stehen haben, kostet es 50 Pfennig, Geld vom Konto abzuheben.

Wegen dieser Gebührenschinderei verklagte der Verbraucherschutzverein in Berlin die Deutsche Bank. Ein- und Auszahlungen, meint Helke Heide-mann-Peuser, die Juristin des Vereins, seien selbstverständliche Vorgänge, sie

müßten deshalb mit der Kontoführungsgebühr abgegolten sein. Extrapreise fürs Benutzen der Kasse stellten eine „unangemessene Benachteiligung“ der Bankkunden dar.

Bei der Verhandlung, Mitte Mai vor dem Frankfurter Landgericht, geht es um mehr als nur um fragwürdige Gebühren. Die Verbraucherschützer wollen klarstellen: Das Rationalisierungskonzept einer Bank darf nicht auf Kosten der Kunden durchgesetzt werden.

Trotz aller Widerstände setzen die Bankmanager jedoch weiter auf Automation. Nur zugeben möchten sie das nicht immer.

In einem aktuellen Fernsehspot der Commerzbank tritt ein Roboter als Kundenberater auf. Die Augen leuchten immerfort auf – „bitte warten, bitte warten“.

Der Roboter verschwindet, ein sympathischer Herr erscheint. „Bei uns“, wirbt er, „bleibt Beratung, was sie sein muß, menschlich und individuell.“

Unternehmen

Im Eimer

Mit allen Mitteln will Carrera-Eigner Kurt Hesse in eine ostdeutsche Spielwarenfirma einsteigen. Deren Manager wehrt sich.

Als das Volk endlich gesiegt und der Einheitssozialismus ausgespielt hatte, kehrte Bernd Sauer, 45, aus Dresden zurück ins heimatische Steinach. Dort, im Thüringer Wald, wollte er neu beginnen – ohne Partei, ohne Planwirtschaft.

Sie hatten ihn gewählt, ganz demokratisch, die Kollegen des damals, im März 1990, noch volkseigenen Spielwarenherstellers Plaho. Sauer sollte den Betrieb mit seinen 700 Werkträgern in die schöne neue Zeit des freien Marktes führen.

Sicher, der Bernd hatte im alten SED-System Karriere gemacht – mit dem Parteiabzeichen am Revers bis rauf zum Vize-Generaldirektor des auf Export getrimmten Spielwarenkombinats in Dresden. Doch der gelernte Ingenieur für Plaste und Elaste galt in seinem Heimatörtchen als ehrliche Haut und fähiger Experte.

Vor allem aber: Sauer konnte den Plaho-Kollegen einen kapitalen Freund aus dem Westen präsentieren – Kurt Hesse, 46, den Eigentümer der Fürther Firma Carrera, die sich als Produzent kleiner Autorennbahnen einen Namen gemacht hat.

Die beiden planten, den antiquierten VEB Plaho (ein Kürzel aus „Plaste“ und „Holz“) für den Markt zu rüsten. Im

Thüringer Wald sollte ein Musterbetrieb deutsch-deutscher Zusammenarbeit entstehen.

Die kühnen Träume sind zerplatzt, die Partnerschaft Sauer/Hesse ist zerbrochen. Jetzt streiten die Herren vor Gericht um die Zukunft der Firma Plaho. Mitte März ist Termin vor dem Landgericht Nürnberg.

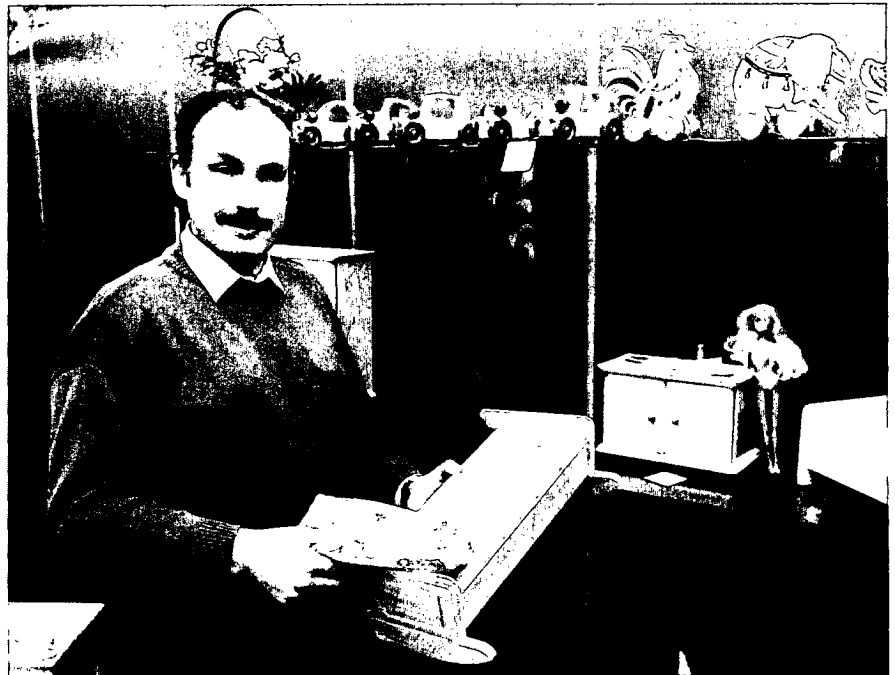
„Ich muß verhindern, daß ein gnadenloser Kapitalist unsere Plaho ausbeutet“, klagt Sauer. „Ohne mich sind die da drüben doch im Eimer“, tönt Hesse.

Nur eins scheint für beide klar: Schuld am drohenden Ende der Plaho mit ihren Holz-Enten und Plaste-Bausteinen hat der jeweils andere. In den Plaho-Werkstätten stehen die Maschinen still, Kurzarbeit null.

Seinen künftigen Partner kannte der Carrera-Eigner aus der Vorwendezeit. Die beiden hatten sich während der Leipziger Herbstmesse 1989 kennen- und schätzengelernt. Damals kümmerte sich Sauer noch im Parteauftrag um den Gast aus dem Westen.

Hesses Lebensgeschichte faszinierte den Mann aus dem Thüringer Wald. Natürlich, auch er, Sauer, hatte Karriere gemacht, so gut es eben ging im sozialistischen Deutschland. Doch was war das schon im Vergleich zu seinem reichen neuen Freund?

Da kann einem das Gruseln kommen, wenn Hesse seinen Aufstieg schildert. „Ich kenne nur volle Pulle“, beschreibt er seine Maxime. Da wird ausgeteilt und eingesteckt, da wird rangeklotzt und ge-



Ost-Manager Sauer: „Vielleicht zerbrechen wir auch daran“

Es ist eine kleine Szene aus dem neudeutschen Sittengemälde, die da hinten im Thüringer Wald aufgeführt wird: West-Unternehmer will gewendetem Ost-Manager zeigen, wo es langzugehen hat in der Welt des freien Marktes.

Gewöhnlich, das hat sich in solchen Fällen so eingespielt, kuschelt der Ostbürger vor dem Westler. Doch Sauer mag sich nicht an die gängige Regel halten, er wehrt sich gegen den Ostzug des Kapitals. „Vielleicht zerbrechen wir auch daran“, schrieb der Plaho-Chef unlängst trotzig an Hesse, „aber ohne Hoffnung und Motivation sind wir nicht.“

Alles hatte so verheißungsvoll begonnen, als nach der Wende die allgemeine deutsch-deutsche Partnersuche begann. Wo „andere nur reden“, wollte CSU-Mitglied Hesse handeln und „beim Aufbau eines neuen, gemeinsamen Deutschlands“ helfen.

schaftt bis zur Erschöpfung. Junge, Junge.

Hesse wuchs im Heim auf, hat sich als Schlosser an der Werkbank mühen müssen und als Projektleiter im Pipelinebau durchgeschlagen. Mit 15 000 Mark erspartem Kapital startete er, kaum 26 Jahre alt, in die Selbstständigkeit.

Heute führt der Aufsteiger eine kleine Firmengruppe – Ingenieurbüros, Zeitarbeit-Agenturen, Dienstleistungen. Die Unternehmen liefern Prüfeinrichtungen, Software und Steuerungstechnik. Zu den Kunden gehören Mercedes, Porsche, VW.

Hesses Glanzstück aber ist der Spielzeughersteller Carrera. Vor sechs Jahren übernahm er das heruntergewirtschaftete Familienunternehmen, das in den sechziger Jahren die Autorennbahn ins deutsche Kinderzimmer gebracht hatte.