

08.02.2023 - 10:49 Uhr

Einlagenmanagement in Zeiten steigender Zinsen: Womit sehen sich Institute konfrontiert?

Köln/Frankfurt (ots) -

Negative Bewertungsergebnisse stellen Institute vor große Herausforderungen. Steffen Ulitzka und Steven Kiefer, von der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher, erläutern, warum zur Verbesserung der verlustfreien Bewertung des Bankbuchs eine gezielte Produktsteuerung erforderlich ist:

Das gestiegene Zinsniveau wird mittelfristig auch zu steigenden Zinsüberschüssen bei den Primärbanken führen. Fälligkeiten in den Depot-A-Beständen können, ebenso wie auslaufende Finanzierungen, bei Wiederanlage bzw. Prolongationen zu höheren Zinssätzen angelegt werden. Weiterhin dürfte durch die Wiederentdeckung des Zinses auch der Konditionenbeitrag passiv als Ertragsquelle zurückkehren.

Kurzfristig hingegen stellt der deutliche Zinsanstieg die Institute vor erhebliche Herausforderungen. Zur Kompensation wegfallender Erträge während der Niedrigzinsphase mussten viele Institute ihre Geschäftsmodelle an die neuen Gegebenheiten anpassen. Neben einem konsequenten Ausbau des Provisionsgeschäftes betraf diese Anpassung in hohem Maße das Kredit- und Depot-A-Geschäft. Um trotz der enorm flachen und historisch niedrigen Zinsstrukturkurve der letzten Jahre noch positive Renditen zu erwirtschaften, musste die Fristentransformation deutlich ausgeweitet werden. So wurden beispielsweise längere Zinsbindungen in der Baufinanzierung zur Margensteigerung angeboten und Fälligkeiten im Depot A in Anleihen mit längeren Durationen investiert. Durch die hohe Nachfrage gerade institutioneller Investoren nach immer längeren Durationen rentierten selbst zehnjährige Bundesanleihen gegen Ende der Niedrigzinsphase im negativen Bereich.

Längere Laufzeiten und Durationen bedeuten auch höhere barwertige (temporäre) Kursverluste bei einem etwaigen Zinsanstieg. Aufgrund des gemilderten Niederwertprinzips für die Bewertung von Wertpapieren des Anlagevermögens bleibt dieser grundsätzliche Wertberichtigungsbedarf bei vielen Instituten häufig ohne Konsequenz für die Aufstellung des Jahresabschlusses. Problematischer zeigt sich jedoch mit zunehmender Bedeutung das Kundengeschäft. Seit dem Jahr 2012 sind die Institute dazu verpflichtet, zur Erstellung des Jahresabschlusses eine verlustfreie Bewertung des Zinsbuches vorzunehmen. Hierfür sind mit wenigen Ausnahmen (z. B. Pensionsrückstellungen) die Marktwerte aller zinstragenden Geschäfte auf der Aktiv- und Passivseite zu bewerten und zu saldieren. Ergibt sich aus dieser Gegenüberstellung ein negativer Saldo, so ist der Tatbestand eines drohenden Verlustes aus schwebenden Geschäften erfüllt, was in der Konsequenz zur Verpflichtung zur Passivierung einer Drohverlustrückstellung führt.

Viele Institute bewegen sich derzeit am Rande einer verpflichtend zu bildenden Drohverlustrückstellung. Wenn diese (noch) vermieden werden kann, ist dies meist auf Marktwertgewinne aus dem Passivgeschäft zurückzuführen. Derartige Marktwertgewinne ergeben sich basierend auf den hinterlegten Ablauffiktionen der jeweiligen Kundenprodukte. Die Verteidigung dieser Marktwertgewinne ist daher essenziell, um einen etwaigen Rückstellungsbedarf zu vermeiden. Da es sich bei den gewählten Ablauffiktionen um implizite Annahmen zur Zinselastizität der eigenen Kundschaft handelt, ist eine zielgerichtete Preis- und Produktpolitik als Reaktion auf die veränderte Zinslandschaft besser früher als später anzuraten.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Julia Griep (Senior Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 221 36794 486

E-Mail: julia.griep@simon-kucher.com

simon-kucher.com