

First-E hat viele Kunden – aber bisher noch keine Produkte

Kritische Phase, wenn der Marketing-Zins ausläuft

Von Carsten Michael, Frankfurt

Seit ihrem Start im Mai 2000 hat die in Irland sitzende Internetbank First-E rund 115 000 Kunden in Deutschland gewonnen und über 660 Mio. € Tagesgeld eingesammelt. Noch heute kämen bis zu 5000 neue Kunden hinzu, sagt First-E-Manager Dirk Haro im Gespräch mit der FTD. Gelockt hat die Bank mit einem hohen Zins von sechs Prozent ab der ersten Mark.

Dieser Marketing-Zins läuft im März aus: „Er wird natürlich angepasst, aber immer noch attraktiv sein“, verspricht Haro. Unterscheidet er sich nicht wesentlich von Angeboten der Konkurrenz, könnten die gewonnenen Kunden so schnell wieder verschwinden, wie sie gekommen sind. Denn außer dem Tagesgeldkonto hat First-E

bisher nichts zu bieten. Eine zweite Neuerung könnte Kunden vergraulen. Innerhalb der nächsten Wochen erwarten First-E und die spanische Uno-E die Genehmigung ihrer Fusion zur UnoFirst Gruppe. Dann „werden wir uns auch einen spanischen Bankpartner suchen“. Nahe liegend ist der Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), Muttergesellschaft von Uno-E. Damit würde sich die Einlagensicherung ändern. Bisher gehört First-E zum französischen Sicherungsfonds, der Vermögen bis 70 000 € garantiert, in Spanien sind es nur 15 000 €.

Neue Produkte sollen die Internetbank auch für die Zukunft attraktiv machen. In vier Wochen soll das lange versprochene Girokonto sowie ein so genanntes Shopping-Portal kommen. In drei Monaten kämen außerdem spezielle Anlageprodukte ins Programm, sagt Haro. Schließlich würde demnächst die Kooperation

mit einem Versicherungspartner verkündet. Zudem soll in diesem Jahr das Brokerage starten. Zwar habe der gruppeneigene IT-Dienstleister Factor-E die technischen Voraussetzungen dafür längst geschaffen, sagt Haro. Doch Factor-E verkaufe die Technik als so genanntes „White-Label-Produkt“ auch an andere Banken. Ohne Partner wären die Kapazitäten mit First-E zu wenig ausgelastet.

Jetzt hat die Gruppe einen Bankpartner gefunden, der Factor-E Technik unter eigenem Namen nutzen will. Damit sei die

Voraussetzung für einen Start von First-E-Brokerage geschaffen. Den Einwand, jetzt käme der Brokerage-Beginn zu spät, wiegelt Haro ab: „Das ist ja nicht unser einziges Standbein.“ Auch, dass die anderen Beine sich erst entwickeln müssen, sieht er nicht als großes Problem.

Schließlich seien die Kosten bei First-E sehr niedrig. Bis heute hat die Internetbank in Deutschland 25 Mio. DM investiert.

Wie andere Anbieter auch hat First-E ihre internationalen Ambitionen zunächst einmal zurückgeschraubt. „In Frankreich werden wir dieses Jahr noch nicht starten“, sagt Haro. In England gibt es zwar schon das Girokonto, Wertpapierhandel kam bisher aber auch nicht über die Ankündigung hinaus. Nach dem fulminanten Kundenfang im vergangenen Jahr dürfte es jetzt mühsamer werden, in ähnlichem Maß nachzusetzen. Das muss zwar sein, weiß Haro, denn „300 000 Kunden sollten man schon haben“. Doch seine Prioritäten liegen in diesem Jahr woanders. In seinem Pflichtenheft sieht jetzt „Umsatz ganz oben, nicht weiteres Kundenwachstum“.

„In diesem Jahr steht Umsatzwachstum ganz oben in unserem Pflichtenheft, nicht Kundenwachstum“

Dirk Haro, First-E